الدار المتوسطية للنشر
MEDITERRANEAN PUBLISHER

أ.د عبد الرحمان عزي

نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية



(مع تعليق للبروفسور كليفورد كريستنز)

بسم الله الرحمن الرحيم

الكتاب نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية

المؤلف أ.د. عبد الرحمن عزي

مدير النشر عماد العزّالي

تصميم الغلاف نجلاء العياري

الترقيم الدولي للكتاب 978-9938-864-52-6

الدار المتوسطيّة للنشر
Mediterranean Publisher

الطبعة الأولى

2016 م – 1437 هـ

الدار المتوسطيّة للنشر

العنوان : 5 شارع شطرانة 2073 برج الوزير أريانة - الجمهورية التونسية

الهاتف : 880 698 70 216

الفاكس : 633 698 70 216

الموقع الإلكتروني: www.mediterraneanpub.com

البريد الإلكتروني : medi.publishers@gnet.tn

الفايسبوك : مباح

مدخل

تعد «**نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية**» نظرية جزئية ضمن «نظرية الحتمية القيمية في الإعلام» وانبثقت من دراسة التراث القيمي والفلسفات الأخلاقية الغربية وواقع الممارسة الإعلامية محليا وإقليميا وعالميا. وهي بذلك تتخذ طابعا إنسانيا يمتد في الزمان والمكان. وتدخل «نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية» في إطار مبدأ «ما ينبغي أن يكون» انطلاقا من القيمة وكذلك إسهامات الفلسفات الأخلاقية العقلانية القائمة على المبادئ **(deontology)**، وهي نظرية معيارية تمثل نقلة نوعية من المسؤولية الاجتماعية إلى المسؤولية الأخلاقية في الممارسة الإعلامية في الحالة المعاصرة.

ويعني «الواجب» في صورته الأولية «الوعي الفردي القائم على القناعة الذاتية» انطلاقا من منظومة قيمية ملازمة في التفاعل مع الواقع. وليس الواجب أمرا مفروضا وإلا انتفت صبغته الأخلاقية، إذ أنه يشير، بدلا من ذلك، إلى إحساس الفرد الداخلي بالدافع الأخلاقي الذي يجعه يتخذ القرارات الأخلاقية اليومية في الكتابة والتغطية الإعلامية مشدودا في ذلك إلى نظام من التفكير القيمي الثابت والمتجدد. أما الأخلاق، فعلم وإيمان يمكن القائم بالاتصال من معرفة الحق من الباطل، أو الخير من والشر، أو الأخلاقي من غير الأخلاقي...

وتمس «نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية» كلا من الجانب الأكاديمي إذ تعد فرعا من التنظير الأخلاقي الفلسفي والديني والجانب المهني المتمثل في المرجعية الأخلاقية التي يمكن أن تنير وتوجه الممارس والمؤسسة الإعلامية في عملية اتخاذات القرارات الخاصة بالتغطية الإعلامية في المضمون والأداء...

ونحسب أن هذه النظرية تسهم في تطوير وترقية الوعي الأخلاقي في الممارسة الإعلامية بما يخدمة الفرد والمجتمع ثقافيا وحضاريا وإنسانيا....

جزيل الشكر للأستاذ «كريستنز كليفورد»، أب أخلاقيات الإعلام بأمريكا، على تعليقه على دراستنا عن «مفهوم الواجب عند إيمانويل كانت ومفهوم الإلزام الإيجابي عند دراز» والتي كان لها الأثر في بناء العديد من عناصر «نظرية الواجب الإخلاقي في الممارسة الإعلامية»... والتحية والشكر أيضا للأستاذ الجيلالي بوحمامة، أستاذ علم النفس الأخلاقي بجامعة الكويت، على ترجمته للتعليق....

والشكر موصول لجمعية الصحفيين المحترفين بأمريكا ممثلة في مديرها التنفيذي «جو سكيل» على السماح لنا بترجمة ميثقاهم وإدراجه ملحقا في هذا الكتاب.

وأخيرا الامتنان والتقدير للأخ عماد العزالي، مدير الدار المتوسطية للنشر، على جهوده في نشر البحث العلمي المغاربي المتميز...

أ.د. عبد الرحمن عزي

نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية
- الخلفية الفلسفية -

المفردات الأساسية : أخلاق الإعلام – الوسط الذهبي – الواجب – الإلزام – المنفعة – المسؤولية الاجتماعية – أخلاق الكائن الإنساني – الأخلاق الجماعتية – الحتمية القيمية – المسؤولية الأخلاقية – نظرية الواجب الأخلاقي.

لم يتحول موضوع أخلاق (أو أخلاقيات)[1] الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية إلى انشغال معرفي وقيمي إلا باستثناءات محددة[2]. ويعود ذلك إلى غياب نظرية أخلاقية إعلامية بالطرح الأكاديمي القيمي عدا جهود معدودة ومنها ما أصبح يعرف بنظرية الحتمية القيمية في الإعلام[3]. وتلجأ بعض الأدبيات «الإنشائية» إلى تقليص أخلاق الإعلام في مواثيق الشرف الإعلامية السائدة وذلك يحمل خللا منهجيا على اعتبار أن الميثاق وليد منظومة أخلاقية معرفية مترابطة في الأصل والفرع وليس بدايتها حتى وإن بإجماع ظرفي من أصحاب المهنة الإعلامية (مؤسسات أو جمعيات). ويفسر هذا الخلل تذبذب المرجعية الثقافية والأيديولوجية في تلك المصفوفة اللغوية المنتسبة إلى أخلاق الإعلام في المنطقة وعدم الفعالية الملحوظة بحيث كثيرا ما تحولت إلى مجرد «حبر على ورق» على ما يدل عليه واقع المشهد الإعلامي بشقيه الإداري والمهني. إن

1- كلا التعبيرين مقبولان في اللغة لكن تعبير أخلاق أفضل كونه جمع بذاته. أما أخلاقيات فمفردها ترجمة كلمة (ethics) بالإنجليزية.

2 - بالعربية: انظر دراستنا:

د. عبد الرحمن عزي، «أخلاقيات إعلامية في الرؤية النورسية النورانية.» **الحكمة**، العدد 5، مارس 2011.

بالإنجليزية: انظر دراستنا:

Abderrahmane Azzi, "The Morality of Media Ethics: Readings in Nursi's Theory of God's Attributes," *Journalism Studies*, 6-2011

3 - انظر مثلا:

د. نصير بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبد الرحمن عزي، **المستقبل العربي**، أبريل، 2014.

أساس أخلاق الإعلام يتعلق بالمرجعية النظرية والقيمية التي من المفترض أن تستند إليها المواثيق أو القرارات الأخلاقية التي يتخذها الإعلامي والمؤسسة الإعلامية يوميا في سياق الضغوط السياسية وتأثير الرأسمال المادي والاعتبار الدولي في مقاربة الشأن الاجتماعي والسياسي والثقافي والحضاري. ويؤدي ذلك إلى طرح تساؤل عن «ماهية» الاعتبارات الأخلاقية التي تتحكم أو تغيب في الإعلام حال صياغة النصوص الإدارية والقانونية المنظمة أو اتخاذ تلك القرارات المعيارية وبالأخص تغطية الأحداث الجدلية و«المصيرية».

يقوم هذا النص على قراءة قيمية للنظريات الأخلاقية الغربية (الإغريقية والمعاصرة) وبيان معالم نظرية قيمية حضارية متميزة بهدف وضع أخلاق الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية على أسس فلسفية وقيمية ذات نطاق واسع وأشمل من المعاني وبيان أوجه التباين والتقاطع مع النظريات الأخلاقية القائمة بهدف نقل المسألة الأخلاقية في الإعلام إلى الدراسة المعرفية الأكاديمية المتخصصة وإدخال القيمة بوصفها المحرك الأساس في الأداء الإعلامي الحضاري المتميز في الممارسة الإعلامية بالمنطقة تزامنا مع الجهد الذي يقوم به باحثون في الشرق والغرب[4] لبلورة أخلاق إعلامية عالمية **(global media ethics)**.

يمكن تعريف الأخلاق[5] أنها نظام من القيم. وتعني في الممارسة الإعلامية الحجة الأخلاقية في التمييز بين الخير والشر (أو بين الصح والخطأ) عند اتخاذ القرارات اليومية في إنتاج الرسالة الإعلامية. ومعرفيا، يمكن تحديد ثلاثة أنواع من التعاريف ذات الخلفية النظرية : أ) نظام من القيم السامية ذات المرجعية الحضارية (نظرية الحتمية القيمية في الإعلام)، ب) مسألة فردية تخص ضمير الفرد، أي ما يمليه الضمير على الفرد (نظرية

---

4 - كانت كلية الاتصال بجامعة الشارقة قد استضافت المتخصص في أخلاق الإعلام العالمية د. كريستنز كليفورد حيث ألقى على الطلبة والأساتذة محاضرة عامة يوم 11 مارس 2014 بعنوان "الاتجاهات الحديثة في أخلاق الإعلام العالمية» ذكر فيها دراستنا عن «أخلاقيات الإعلام: قراءة في نظرية أسماء الله الحسنى للنورسي.» من الاسهامات الهامة في هذا الاتجاه.

5 - يذهب بعض الباحثين في فسلفة الأخلاق إلى القول أن» أخلاق الانسان هي التي تجعله إنسانا.» انظر في ذلك:
Andre Comte-Sponville, *A Small Treatise on the Great Virtues*, translated by Catherine Temerson, Henry Holt .and Company L.I.C, New York, 1996, p.3

الواجبات الضرورية لكانت) و ج) أمر يخص شخصية الفرد (character) أي أن السلوك انعكاس لكيان الفرد (نظرية أرسطو). وعادة ما تقوم دراسة الأخلاق في الإعلام على ثنائية القيم والواجب وسيلة في ربط الأخلاق بالممارسة. وتكون هذه التعاريف كافية رغم أن اللغة المتداولة في تعريف الأخلاق ثرية بالمصطلحات اللفظية والبلاغية.

وترتبط الأخلاق بالمصادر الدينية أو الفلسفية رغم الاختلاف تارة والتداخل تارة أخرى بين المجالين إذ أن الديني ينشغل في مسألة اتخاذ القرار الأخلاقي بأسئلة : ماذا ؟ ولماذا ؟ بينما تنصرف الفلسفة إلى سؤال : كيف ؟ ، أي أن لكل من الديني والفلسفي مجاله (موضوعه) بتعبير ابن رشد رغم الاختلاف والتداخل الذي يمكن استجلاؤه في مسألة العقل والروح والطبيعة (أو الطبع) الانسانية. ويري باحثون في أخلاقيات الإعلام فرقا[6] بين الأخلاق (ethics) التي تعد عملية عقلانية قائمة على مبادئ متفق عليها والقيم (morals) التي تتعلق بالدين، بينما يميل الكثير إلى عدم الفصل بين المفهومين واستخدامهما بالترادف[7].

وقد اتخذت النظريات الأخلاقية الغربية طابعا فلسفيا بدء بنظرية الوسط الذهبي لأرسطو، ومرورا بنظرية المنفعة لبانثم (Jemery Benthem) وميل (John Stewart Mills) وانتهاء بالنظريات النادية بالعودة إلى الطبيعة الانسانية البحتة (naturalism) بتعبير كليفورد (Clifford Christians)[8] بينما يصعب الحديث عن فسلفة أخلاقية مماثلة في السياق العربي الإسلامي خارج المرجعية الفقهية عدا من زاوية النقل أو التعليق أو التعامل أو نقد الفلسفة الغربية على النحو الذي قام به الغزالي (أبو حامد) في نقده لمذاهب الفلاسفة اليونانيين وانتهي به الأمر إلى القول بأن تلك الفلسفات «توفي

6 - Philip Patterson and Lee Wilkins, Media Ethics: Issues and Cases, McGraw-Hill, New York, 2002, p. 2.

7 - Louis Alvin Day, Ethics in Mass Commmunications: Cases and Controversies, Thompson & Wadsworh, USA, 2006, p. 3.

8 - Clifford G. Christians, "Recent Trends in Global Media Ethics," conference given at the College of Communication, University of Sharjah, March 11, 2014.

بغرضها ولا توفي بغرضي». أما شرقا، أي الحضارات الأسيوية في الهند والصين، فيصعب الحديث عن نظرية أخلاقية فلسفية أو دينية خاصة بفعل التركيز على الأخلاق العامة دون الدخول في التأسيس النظري وهناك من الباحثين في أخلاق البوذية مثلا من نفى وجود نظرية أخلاقية محددة في الديانة البوذية بل فقط أخلاق عامة في المطلق[9].

أخلاق الوسط الذهبي وأصل الفضيلة

انشغل «أرسطو» بفلسفة الفضيلة (virtue) وقدم نظرية الوسط الذهبي (the golden mean theory) حيث اعتبر أن الفضيلة وسط بين تطرفين (أو رذيلتين). وعلى أساس هذه القاعدة، يمكن إدراك الفضيلة في الموقف المتوازن بين نقيضين. ونجد في الفلسفة الإغريقية عامة أربع فضائل أسياسية تشكل «جوهر» تلك الفلسفة : ضبط النفس (temperance)، العدل، الشجاعة والحكمة. ويعد ضبط النفس (أي الاعتدال) الفضيلة الرئيسة التي تفرعت منها الفضائل الأخرى[10]. وقد أورد «أرسطو» في هذا السياق أن العدل موقف بين اللامبالاة والانغماس الأناني في المصلحة الشخصية، والشجاعة وسط بين التهور والجبن، والحكمة حالة بين الحذر السفيه والعفوية غير المتأملة، وقس على ذلك. ونجد أن تيارا من الباحثين الإعلاميين الغربيين من أتباع «أرسطو» الجدد (neo-Aristotelians) يؤسسون أفكارهم على هذا المنطق وبالأخص عند الحديث عن قيم إعلامية مثل الانصاف والموضوعية والنزاهة والحرية والمسؤولية والعنف، الخ. ونجد فكرة الوسطية هذه قائمة في أكثر من ثقافة وحضارة على النحو الذي نقرأه في فلسفة «كونفوشيوس» الذي اعتبر أن التوازن (chung) هو الجذر الذي ينمو من خلاله الفعل الانساني وأن التناسق (yung) هو السبيل المبتغى للإنسان[11]، وفي النص

9 - Damien Keown, "Buddhism: Morality without Ethics," in Damien Keown, Buddhist Studies from India to America, Routledge, New York 2006, pp.45-55.

10 - Clifford G. Christians, Mark Fackler, Kathey Brittain McKee, Peggy J. Kreshel and Robert H. Woods, Media Ethics: Cases of Moral Reasoning, Pearson, New York, 2009, p. 12.

11 - Ibid, p. 14.

القرآني نجد ربطا شاملا بين الأمة والوسطية «وَكَذَٰلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا»[12]، أخذا بعين الاعتبار أن الوسطية في الآية أشمل إذ تتضمن التوازن بين المادة والروح وأشكال الحياة الأخرى. إن قراءة تأملية في فلسفة الأخلاق «اليونانية» تبين أنها لم تكن صارمة بالمفهوم الذي أتت به الأديان لاحقا مثل المسيحية والإسلام بل أن نظرة تلك الفلسفة إلى الأخلاق كانت تشمل استخدام الفطانة والحنكة بل والدهاء في الوصول إلى المبتغى دون الاعتبارات الأخلاقية التي يمكن تسميتها حديثا بالأخلاق القيمية التي تشترط المشروعية الأخلاقية في الهدف والوسيلة. وأحيانا، ترتبط الفضيلة في هذه الفلسفة بالتفوق (excellence) أي أن الفضيلة ترادف القيام بالعمل على أكمل وجه. ويمكن في هذه الحالة اعتبار نظرية الأخلاق عند أرسطو بأخلاق الفضيلة (virtue ethics) التي تنشغل بالمعيار المستخدم في تحديد القيمة الأخلاقية (أي موقعها) وليس بمضمونها بالضرورة. ويتضح أن الفلاسفة اليونانيين أول من جعل الأخلاق مسألة فلسفية مركزية رغم أن «التفلسف» قائم ولو جزئيا في أكثر من ثقافة وحضارة. وقد يعود ذلك في نظرنا إلى عامل تاريخي لم يحظ كثيرا بالدراسة والتنقيب ويخص ما يرد في الوثائق التاريخية من أن اليونان شهد حضارة مزدهرة عريقة في ما بين القرنين الثالث والرابع عشر قبل الميلاد ثم اندثرت هذه الحضارة فجأة دون أن تترك أي أثر إن في الوثائق أو العمران، فلم يجد اليونانيون تفسيرا لما حدث غير اللجوء إلى الفلسفة. وبمعنى آخر، فإن تلك الفلسفة كانت استجابة لحاجة تاريخية حقيقية. وأيا كان الأمر، فإننا نلحظ في فلسفة «أرسطو» ربط الفضيلة بسمات الفرد (character) وبالحالة الانسانية وليس بالحالة المجردة فحسب. ولو دققنا في مسألة الوسط الذهبي فإننا نجدها «فارغة المضمون» إذ أنها منهجية في الوصول إلى الفضيلة وليست فضيلة في حد ذاتها، ولكن إذا قرأنا نظرية أرسطو الأخلاقية في ضوء العامل التاريخي المذكور فإننا نجد أنه يتحدث عن الفضيلة بوصفها استجابة لحالة إنسانية، فالعدل إنما هو استجابة لحالة ندرة الموارد والشجاعة

12 - البقرة، 143.

استجابة لحالة الخوف من الخطر والموت، والكرم استجابة لإدارة الفرد لملكيته في العلاقة مع الآخر، الخ. فلكل مجال في الحياة فضائل تستجيب لذلك المجال[13]. وتتخذ هذه الاستجابة أهمية خاصة في نظرية «أرسطو» إذ أن تلك الاستجابة تسجل نفسها أول مرة في شكل كلمة أو مفهوم قد يكون ناقصا أو غامضا أو ميتافيزيقا ثم لا يلبث أن يتطور هذا التعبير ويتم تحديده وتشكيله من جديد دون أن يفقد الصلة بالضرورة مع نشأته الأولى. ويضرب لذلك مثلا أن الإنسان عندما سمع صوتا قادما من الغيوم سماه رعدا. هذه التسمية تثبت استجابة الانسان للصوت وتقدم التعبير للمزيد من البحث. ومن ثم يبدأ السؤال عن المقصود بالرعد يمتد من القضايا الميتافزيقية الخاصة مثلا بوجود جن ينطق من تلك الغيوم إلى التفسير العلمي للرعد، وذلك شأن التعابير الأخرى ومنها الفضائل إذ لم يكن بالإمكان في نظره معرفة «العدل» لو لم يكن هناك ما يدل عليه في الواقع[14]. وتكمن أهمية نظرية «أرسطو» الأخلاقية في هذه الحالة أنها تؤسس جزئيا منهجا فلسفيا في حل لغز تطور الكلمات والمفاهيم ليس من باب البقاء على الأصل ولكن من جانب الانتقال إلى «الجيد»[15]. ويضاف إلى ذلك أنها تتخذ صبغة إنسانية ليست محلية أو نسبية، أي أن الحالة الانسانية إنسانية إنما الاختلاف يكون في الاستجابة. وترتبط الممارسة الأخلاقية في نظرية «أرسطو» بنوعية الفرد (شخصيته) أي (character)، فالفضيلة تتطلب الوعي بها والحث عليها حتى تصبح طبيعة ثانية وعادات وسلوكيات تطبع الشخصية، فالممارسة الأخلاقية تولد الشخصية الأخلاقية، ومن ذلك أن ممارسة التعاطف (empathy) تدفع الفرد أكثر من إدراك آثار فعله على الآخر ولكن الإحساس بهذا الآخر[16].

---

13 -Martha Nussbaum, "Non-Relative Virtues: An Aristotelian Approach," in James P. Sterba, Ethics: The Big Questions, Wiley-Blackwell, United Kingdom, 2009, pp. 351-353.

14 - Ibid, p.354.

15 - Ibid, 355.

16 - Clifford G. Christians," Journalism Ethics in Theory and Practice," in George Cheney, Steve May and Debashish Munshi, The Handbook of Communication Ethics, Routledge, New York, 2011, p.190.

ويتعين انتظار قرون من الزمن في الغرب بعد أرسطو حتى تتبلور نظريات أخلاقية جديدة أهمها نظرية أخلاق الواجبات المطلقة (categorical imperatives) عند الفيلسوف الألماني «إيمانويل كانت» ونظرية المنفعة (utility) عند الفيلسوف الإنجليزي «جميري بانثم» إضافة إلى الاتجاهات الإحيائية الجديدة ومنها في مجال الإعلام نظرية أخلاق الكائن الإنساني (ethics in being) ونظرية الأخلاق الجماعية (communitarian ethics) للعالم الأمريكي «كريستنز كليفورد» ونظرية الحتمية القيمية في الإعلام وجهود الأخلاق الإعلامية العالمية (proto-norms) إضافة إلى نظريات جزئية أخرى[17].

أخلاق الواجبات المطلقة والطبيعة الانسانية

تطورت هذه النظرية في القرن الثامن عشر على يد الفيلسوف الألماني «إيمانويل كانت (Emmanuel Kant)» الذي طرح نظرية الواجبات المطلقة (categorical impera-tives) في مؤلفين أحدهما عن الأبعاد الميتافزيقية في الأخلاق[18] والآخر نقد للعقلانية البحتة[19]. ويطلق على نظريته تسمية أخلاق الواجب تمييزا لها عن أخلاق الفضيلة «لأرسطو» إذا تركز أخلاق الواجب على «ما ينبغي» فعله بينما تحث أخلاق الفضيلة على «الشخص الأخلاقي» (character) إن صح هذا التعبير. وتعد أخلاق الواجب (duty ethics) أكثر قربا من الأخلاق الإسلامية (Islamic ethics) على اعتبار حضور التأثير الديني غير المعلن في فكر «كانت». ويبدو أن تأثير العلمانية، أي فصل الدين على العلم كان حادا بحيث باتت الإشارة إلى الدين في العلم أمرا منبوذا وضرب من الخوض في الأساطير في تلك التجربة مما حدا في رأينا «بكانت» و«ديكارت» و«طويني» إلى صياغة طروحاتهم الأخلاقية بصيغة تحمل كلا من النقد للعقلانية البحتة

17 - مثل نظرية مركب بوتر ونظرية حجاب الجهل (Veil of Ignorance) لراول وفي ذلك انظر
د. عبد الرحمن عزي، قوانين الإعلام وأخلاقياته في ضوء الإعلام الاجتماعي: قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2013. و
Clifford G. Christians, Mark Fackler, Kim B. Rotzoll and Kathy Mckee, Media Ethics: Cases.....pp. 3-25.

18 - The Foundations of the Metaphysics of the Moral, 1785.

19 - The Critique of Pure Reason, 1788.

واللجوء إلى الميتافيزيقا إضافة إلى تجنب ما ينتمي إلى عالم الروح بحكم الجو المعرفي السائد والحرص على شرعية الملموس والمحسوس من الظواهر. وتقوم نظرية «كانت» الموسومة بالواجبات المطلقة في قراءتنا على أربع مبادي أساسية :

أولا : أصل الأخلاق : يري «كانت» في مفهومه «الأخلاق من الداخل» (the morality within) أن أصل الأخلاق طبيعة داخلية في الانسان، ويعنى ذلك في نظره أن الإنسان بوصفه كائنا مستقلا يعرف بطبيعته الحق من الباطل والخير من الشر والصواب من الخطأ، الخ حتى وإن لم يمارس هذا التمييز في فعله وعلاقته مع الآخر. فالسارق يعرف من تلقاء نفسه أن السرقة خطأ وكذا الحال للكاذب والغادر والفاجر، ولكنه قد يجدد مبررات قد تبدو منطقية لسلوكه. وإذا كان مصدر الأخلاق طبيعة داخلية، فإن الواجب (obligation & duty) يمثل إسقاط للاستعدادات والأحاسيس الأخلاقية تلك. وتكمن شرعية تلك الاستعدادات في أنها جيدة (good) وليس بالضرورة أنها الحقيقة (truth)، أي «أنها تجعلنا أفضل حالا وترقى بطبيعتنا الاجتماعية»[20]. ومن ثم، تكون صفة «الجيد» في أي سلوك تبريرا ضروريا قبل اتخاذه حجة عقلانية في الممارسة الأخلاقية مما يعني أن السند في اختبار السلوك أخلاقيا يأتي من التأويل الذي يمارسه الفرد[21].

ثانيا : مبدأ «التعميم المطلق» (universalisibilty) : ويقصد بذلك أن القيمة أو القرار يكون أخلاقيا فقط إذا كان قابلا للتطبيق على كل الحالات والظروف. ويكون المعيار في القيمة الأخلاقية قدرته على التحول إلى قانون[22] (maxim) أي أن السلوك يكون أخلاقيا فقط إذا كان مرجعا ثابتا لكل الحالات المماثلة في أي مكان وزمان. ويعني ذلك مثلا أن يكون الصدق أخلاقيا إذا كان ملازما ومتكررا بشكل مطلق في كل السياقات والأوقات. فالإنسان يصدق (لا يكذب) ويرد الأمانة إلى أهلها ويكون

20 - Christine M. Korgaard, "The Sources of Normativity," in James P. Sterba, Ethics: The Big Questions, Wiley-Blackwell, United Kingdom, 2009, p.95.

21 - Ibid

22 - Ibid, p. 97.

منصفا ولا يسرق ولا يخدع في كل الأوضاع والظروف وبدون استثناءات أيا كانت. ولعل الكلمة المفتاحية في هذا الطرح عدم إمكانية «الاستثناء» إذ أن وجود الاستثناء يلغي صفة «القانون» و«الكونية» على القيمة. فإذا ما رضي الفرد أن يكذب في حالة استثنائية فإنه يقبل بذلك على غيره، وإذا ما حصل ذلك لم يعد للصدق قيمة فتنعدم الثقة بين الناس ويتفكك المجتمع نتيجة ذلك. ولعل مرد وجود الكذب ذاته كون الأغلبية لا يكذبون فرضا وإلا لم يعد للكذب هذه الصفة إذا كانت الأغلبية أو الجميع يفعلون ذلك. إن الواجبات الضرورية، عند كانت، قوانين تطبيقية بالدرجة الأولى وما سواها يمثل مبادئ تخص الرغبة الذاتية ليس إلا وليست قوانين أخلاقية[23].

ثانيا : مبدأ الواجب : يرى «كانت» أن الانسان يتصرف في الأصل أخلاقيا بوصف ذلك واجبا ضروريا يفرضه ضميره بغض النظر عن الاعتبارات الخارجية. وهذا الواجب إنما يكمل به ذاته، وبدون هذا الواجب يظل الفردا منقوصا في كيانه. ومثلما يقول «أفلاطون» : فإن «الانسان بدون قرار أخلاقي انطلاقا من الضمير **(character)** يخسر نفسه ويصبح حبيس من يحتجزه». إن فكرة الواجب في فلسفة «كانت» انعكاس للضمير أو الطبيعة الداخلية للفرد. ويعنى ذلك أن مصدر ذلك الواجب يأتي من استقلالية الفرد، وبالأخص القدرة إلى إلزام نفسه أولا. و بتعبير آخر، فإن واجب الضمير «القيام بالواجب من أجل الواجب»[24]. وفي المرتبة التالية، يأتي الواجب الأخلاقي تجاه إنسانية الآخر (أي مبدأ الانسانية). ويترتب عن ذلك مرتبة ثالثة تتعلق بواقع أن إلزام نفسنا يعني أيضا إلزام الآخرين لنا ثم وأخيرا إلزامنا تجاه الكائنات الحية الأخرى[25]. وقد ربط كانت الواجب فيما «ينبغي» **(ought to)** بالمقدرة، أي أن لا يمكن تحميل الفرد مسؤولية أخلاقية عن

---

23 - Clifford G. Christians and John Merrill, Ethical Communication: Moral Stances in Human Dialogue, University of Missouri Press, London, 2009, p. 147.

24 - Clifford G. Christians, Journalism Ethics in Theory....' P. 191

25 - Ibid, p. 96.

أشياء تخرج عن سلطته بل إن تلك المسؤولية تتوقف على الإمكان[26]، وفي هذا الطرح أبعاد حقيقية على فعل الممارسة الإعلامية مثلما يأتي ذكر ذلك في النص.

ثالثا : النظرة الانسانية للآخر (humanism) : تقوم نظرية الواجبات المطلقة على افتراض الإنسانية لدى الآخر. ويعني ذلك أن الآخر يمثل كيانا مستقلا ذو قيم أصيلة (intrinsic values) يملك حرية الاختيار ويستحق الاحترام. ويتطلب ذلك التعامل مع الآخر (والآخرين) بوصفه هدفا وليس وسيلة[27]. ويعني ذلك مثلا أنه إذا حصل الفرد على عون أو مساعدة من الآخر فعليه واجبا ضروريا الشكر ورد الجميل وإلا يفهم من ذلك أنه استعمال للآخر وذلك ليس من الأخلاق في شيء. وتعود نظرة المساواة والعناية بكرامة الآخر من إسهامات فلاسفة التنوير الذين[28] أعادوا صياغة النظرة إلى الانسان من حالة التابع إلى حالة الاستقلالية وحرية الاختيار.

رابعا : فكرة الواجب الافتراضي (hypothetical imperatives) : يرى كانت أن الممارسة تعتبر أخلاقية إن لم تكن مرتبطة بالمصلحة الشخصية الضيقة. فحب الذات، في نظره، «مصدر كل شر». فإذا ما صرح الفرد بأنه سيقوم بفعل ما ثم يتبع ذلك بالقول أنه يفعل ذلك لأغراض تبدو شخصية بحتة فليس ذلك من الفعل الأخلاقي، فالهدف في هذا الحالة يؤثر على نوعية العمل أخلاقيا. ويبدو أن الحل في نظر «كانت» أن يقوم الفرد بالفعل وفقط دون أن يربط ذلك بالاعتبارات الشخصية الفردانية.

يؤخذ على النظرية الأخلاقية «لكانت» نظرتها للفرد أنه كيان عقلاني «مصغر» ومستقل (عن محيطه). وتكون هذه النظرة انعكاس للنظرة الكونية في زمانه مع سيادة نظرية نيوتن الذرية حول الكون. وقد أوردنا نقدا مفصلا لنظرية كانت في سياق آخر خارج إطار هذه الدراسة[29]. وحديثا اتجه العديد من الباحثين في أخلاقيات الإعلام أمثال

26 - Dale Jacquette, Journalistic Ethics: Moral Responsibility in the Media, Pearson, New Jersey, 2007, p. 1.

27 - Clifford G. Christians and John Merrill, Ethical Communication...pp. 146-147.

28 - ومنهم هيوم وروسو وميل

29 - Dr. Abderrahmane Azzi, "Kant's Categorical Imperatives Vs. Darraz's Conception of Obligation: An Epistemological Cross-Cultural Comparison," under publication.

كريستنز (Clifford Christians) وإتزيوني (Amitai Etzioni) ولاش (Christopher lasch) وسانديل (Michael Sandel) إلى نقل الأخلاق إلى الجماعة وتحدثوا عن «أخلاق الجماعة» بديلا من أخلاق الفرد التي يعتبرونها غير وظيفية في المجتمع ونوع من الحرية السلبية[30]. ورغم أنه مقاربة «كانت» محصورة في الجانب العقلاني وحده دون غيره إلا أن القراءة المتأنية في عناصر نظريته والأخص مفهومه للواجب والعناية الأصيلة بالآخر وإبعاد المصلحة الشخصية الأنانية عن الأخلاق تظهر حضور الاعتبارات الدينية بأشكال مختلفة. ويؤخذ عن نظرية الواجبات المطلقة بشكل خاص أ) أن تركيزها على المطلق (absolutism) يفقدها المرونة في التعامل مع الأحداث المتجددة. ويصعب في الكثير من الأحيان الانطلاق من قاعدة محددة قبل اتخاذ القرار ذي الطبيعة الأخلاقية. ويضرب دوقلاس بيرش[31] مثلا لذلك من حالة الوالد الذي ينتابه التفكير في سرقة مواد غذائية لإطعام أبنائه الجائعين. فهل يتم الإقرار مسبقا بقاعدة أن هذا الفعل سرقة أو أنه شفقة على الأبناء أو أنه محاولة لإنقاذ حياة أشخاص، ب) تفتقر هذه النظرية إلى وسيلة لحل التناقض بين القواعد الممكنة التي يقوم عليها سلوك الأخلاق. فهل يمكن في المثال المذكور سابقا الانطلاق من قاعدة عدم السرقة أو من قاعدة إنقاذ حياة الأشخاص. ولا يوجد في النظرية سلم في ترتيب القواعد الأخلاقية وبالأخص عندما تكون هذه القواعد متناقضة، ج) أن النظرية متشددة جدا بحيث لا يمكن تطويع القاعدة للحالات الواقعية المتنوعة[32]. ويضاف إلى ذلك أن فكرة الكونية عنده تكرز على تعميم القاعدة الأخلاقية وليس أصلها[33].

---

30 - A. David Gordon, John Michael Kittross, John C. Merrill and Carol Reuss, Controversies in Media Ethics, Longman, New York, 1999, p. 3.

31 - Michael J. Quinn, Ethics for the Information Age, Pearson, New York, 2009, p. 73.

32 - Ibid, pp. 73-74.

33 -Dr. Abderrahmane Azzi, Kant.....

أخلاق العواقب (consequentialism) والسعادة القصوى

وتخص النظرية الأخلاقية الثانية والسائدة في الغرب نظرية المنفعة (utilitarianism) التي تعود إلى إسهامات الفيلسوف الإنجليزي جيمري بانثم ومن بعده جون استوارت ميل. وتسمى هذه النظرية أيضا بالعواقبية (من العاقبة) أي (consequentialism) رغم أن العواقبية تشمل أكثر من نظرية. وتقوم هذه النظرية على مبدأ أن العبرة بأي قرار أخلاقي نتيجته. فالقرار الأخلاقي ما يحقق أكبر سعادة لأكبر عدد وبأقل ألم. ولعل اشتراط «أكبر سعادة لأكبر عدد» يجعلها تتخذ طابع الأخلاقية بحكم التركيز على الأغلبية وليس على النزعة الفردانية والأنانية. وتستند هذه النظرية إلى افتراض أن «معظم» الناس يمارسون الحسابات قبل اتخاذ أي قرار بحثا عن أكبر فائدة وبأقل التكاليف كلما كان ذلك ممكنا. يترتب عن ذلك أن يكون البحث عن أكبر الفوائد بأقل التكاليف مسألة حسابية تقديرية لعواقب الفعل وليس معيار سمات الشخص الأخلاقية[34]. وتتوافق نظرية المنفعة مع العملية الديمقراطية في المجتمعات الغربية من حيث أنها تتبنى قاعدة الأغلبية وتدعو إلى حرية واسعة تتوقف فقط عند إحداث الضرر للآخر[35]. وقد أوجد «بانثام» معادلة رياضية تمكن من قياس درجة السعادة قبل اتخاذ القرارات بناء على سبع اعتبارات : 1) الحدة (أي حدة السعادة المتوقعة من القرار)، 2) المدة (التي تستغرقها السعادة)، 3) مدى التأكد من تحققها، 4) مدى قربها أو بعدها، 5) خصوبتها (القدرة عل توليد أنواع أخرى من السعادة) 6) صفاؤها (أي مقدار الألم المصاحب) و 7) مداها (أي عدد المستفيدين من تلك السعادة). وكلما تحققت هذا الاعتبارات كان القرار في السلوك المصاحب مشروعا أخلاقيا[36]. فلو أراد

34 - Clifford G. Christians, "Journalism Ethics in Theory.....," p. 191

35 - Ibid.

36 - Christina Sommers and Fred Sommers, Vice & Virtue in Everyday life: Introductory Readings in Ethics, Harcourt Brace College Publishers, New York, 1993, pp. 107-107.

الانسان أن يهاجر بلده مثلا[37] فإنه وفق هذه النظرية يأخذ بعين الاعتبار هذه العوامل السبعة فيبحث عن درجة السعادة التي يحصل عليها من هذا القرار (عالية، متواضعة، محدودة) ثم ينظر في المدة التى تستغرقها تلك السعادة (هجرة مؤقتة، هجرة طويلة، هجرة أبدية) ثم ينظر فيما إذا كانت هذه السعادة مؤكدة أو مفترضة أو ربما وهمية، ويقدر أيضا مدى قرب تلك السعادة أو بعدها بأن تكون الهجرة في الحال أو بعد سنة أو بعد ست سنوات، وينظر أيضا في الخصوبة، أي ما إذا كانت تلك السعادة ستولد أنواع أخرى من السعادة بإن يكسب علوما أو تجارب أو صداقات جديدة، الخ. ويوازن درجة الألم المصاحب للهجرة بأن يفتقد أهله أو أقرباءه أو أصدقاءه، الخ. وأخيرا ينظر في عدد المستفيدين من هجرته من أهله وغيره. ويشير «كريستنز كليفورد» إلى أن نظرية المنفعة تمثل «العقلية السائدة في الحياة الساسية والمهنية في أمريكا» وأن «الإعلام السائد وسياساته وقوانين الشرف الإعلامية والكتب التدريسية الإعلامية متأثرة بهذا النوع من الطرح المنفعي»[38]. ويؤكد باحثون في أخلاق الإعلام مثل «بلساي وشادويك» هذا الافتراض حين يؤكدون أن إحدى سبل تعزيز مواثيق الشرف الإعلامية الحالية ربطها بالمنفعية، أي تعزيز الرضا ومصالح الجمهور الذي تتوجه إليه وسائل الإعلام، «وذلك ما يجعل تلك الأدبيات الأخلاقية في نظرهم تمتد في صلتها مع المجتمع والقيم السياسية مثل الديمقراطية والعدالة والمصلحة العامة»[39].

يؤخذ على نظرية المنفعة أنها تميل إلى نزعة «الغاية تبرر الوسيلة»، أي أن المنفعة «الكبيرة» المتوقعة من السوك الأخلاقي تبرر العواقب الجانبية المترتبة عن هذا السلوك، وكأن العبرة بالعدد وليس بالمبدأ أو القيمة. يؤدي ذلك إلى تجاهل رأي «الأقلية» بحكم أنها أقلية. ويمكن اختزال نقد نظرية المنفعة في أنه يمكن التضحية ببعض ركاب السفينة من أجل

37 - مثالنا الخاص.

38 - Ibid.

39 - Andrew Belsey and Ruth Chadwick, "Ethics and Politics of the Media: The Quest for Quality," in Andrew Belsey and Ruth Chadwick, Ethical Issues in Journalism and the Media, Routledge, New York, 1998, p. 11.

إنقاذ الأغلبية فيها. وقد تم تفسير العديد من السياسات والحروب الحديثة بهذا المبدأ، أي التضحية بالبعض حفاظا على الكل. يضاف إلى ذلك أن النظرية لا تأخذ بعين الاعتبار العواقب الطويلة المدي التي يصعب تحديدها مسبقا. فلو قامت حكومة ما مثلا بفرض ضرائب على الدخل من أجل توفير الموارد لبناء طرق أو حدائق وما شابه ذلك فذلك يبدو محققا للسعادة على المدى القصير ولكن لو تم النظر إلى المدى البعيد في كون أن هذه الضرائب ستؤدي إلى نقص القدرة الشرائية وتراجع النشاط الاقتصادي وتكدس السلع وغلق المصانع وتسريح العمال، فإن النتيجة تكون عكسية على هذا المدى. وقد تعرضت النظرة إلى العديد من الانتقادات من داخل النظرية وخارجها ومن ذلك أنه عند القيام بالحسابات المنفعية يصعب تحديد كل الأطراف المنتفعة أو المتضررة وذلك يؤثر في حد ذاته على النتائج المتوقعة وأنها تتجاهل التوزيع غير العادل للسعادة المتوقعة من القرارات المتخذة[40].

أخلاق المسؤولية الاجتماعية وتأثير الرأسمال المادي

تنتسب نظرية المسؤولية الاجتماعية إلى ما يعرف بتوصيات لجنة «هاتشنز» (Hutchins Commission) المتأثرة بجو التقييد الإعلامي للحرب العالمية الثانية وما أعقبه من تمركز وسائل الإعلام في أيدي شركات محدودة. وتعد هذه النظرية الأكثر تداولا في المصادر الأكاديمية الإعلامية، ولا حاجة إلى الخوض في أدبياتها، ولكن يمكن إدراج الجانب الأخلاقي «المنسي» في تلك النظرية. فقد أدى التمركز المذكور إلى تخوف كبار ملاك وسائل الإعلام، أمثال «هونري لوس» (Henry Luce) صاحب مجلات «تايم» (Time) و«لايف» (Life) و«فورتن» (Fortune) وصاحب أسهم في قنوات إذاعية وتلفزيونية وفي قطاع السينما، من تدخل الدولة التي بدأت تسن قوانين تحد من الاحتكار في وسائل الإعلام وتأثير هذا التدخل على حرية الصحافة بالمفهوم اللبرالي الذي في نظر هؤلاء يحد من تدخل سلطة الدولة في مجال الإعلام. وفي هذا

40 - Michael J. Quinn, Ethics...p. 82.

الجو، لجأ «هونري لوس إلى زميله «روبرت هاتشنز» **(Robert Hutchins)**، رئيس جامعة شيكاغو، بحثا عن مخرج من هذا التحدي فأسس هذا الأخير لجنة باسمه (لجنة هاتشنز) وتضمنت أكاديميين وإعلاميين ومؤرخين ومفكرين من مختلف الأطياف أمثال «لاسويل» و«شافيي» و«شلزنغر» بهدف الإسهام في هذا الأشكال المعرفي والواقعي الجديد. وقد أتى تقرير اللجنة على غير المتوقع من أمثال «هونري لويس» إذ ربط تقرير اللجنة الحرية بالمسؤولية الاجتماعية وذكر أنه إذا لم تتصرف وسائل الإعلام بمسؤولية فليس للحكومة خيار سوى التدخل بسن القوانين المنظمة لهذا الحقل. وقد ندد ملاك وسائل الإعلام بهذا التقرير وتجاهلته وسائل الإعلام التي مالت إلى منطق «دعه يمر دعه يفعل» والبحث عن الربح في البرامج التي تستقطب المعلن. وبالمقابل، أخذت معاهد الإعلام في الجامعات الأمريكية التقرير بجدية و قام الباحثون الإعلاميون الثلاث «سيبرت» و«بترسون» و«شرام» بإدراج تقرير اللجنة المذكورة عن المسؤولية الاجتماعية في الإعلام ضمن النظريات الكبرى إلى جانب اللبرالية والسلطوية والاشتراكية في كتاب «النظريات الأربع في الصحافة» **(Four Theories of the Press)** سنة **1956** رغم أن هذه النظرية، أي المسؤولية الاجتماعية، قامت على أساس تقرير لجنة. وقد حددت هذه النظرية خمس مبادئ أخلاقية للممارسة الإعلامية «الحرة والمسؤولة» وتخص أ) «المصداقية في تقديم الأخبار، ب) اعتبار الإعلام منبرا للتعبير الاجتماعي، ج) التغطية الاحتوائية (غير الاقصائية) البعيدة عن الصور النمطية، د) معالجة المسائل التي تنمي الحياة الديمقراطية و ر) قدرة الجمهور على الحصول والوصول **(access)** إلى وسائل الإعلام[41]، غير أن قوة نظرية المسؤولية الاجتماعية في آثارها على الممارسة الإعلامية لاحقا أكثر من مضمونها الذي أشبه ما يكون بقراءة ذاتية ونقدية للتجربة اللبرالية في الإعلام بعد الحرب العالمية الثانية. وقد أثرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام بوصفها نظرية معيارية على مجالات ثلاثة : أ) ظهور المجالس الإعلامية **(news**

41 - John P. Ferre, "A shorty History of Media Ethics in the United States," in Lee Wilkins and Clifford G. Christians, The Handbooks of Mass Media Ethics, Routledge, New York, 2009, pp. 21-26.

(councils) بهدف إشراك ممثلي قطاعات المجتمع المختلفة في إبراز صوت «المواطن» في المؤسسة الإعلامية. وقد أحدثت هذه التجربة في بدايتها (الثمانينيات) نقاشا ثريا حول مفهوم «صحافة المواطن» غير أن التجربة لم تصمد كثيرا بفعل عدة عوامل منها معارضة المؤسسة الإعلامية «الكلاسيكية» مثل «نيويورك تايمز» و «واشنطن بوست» لهذه التوجه غير المهني في نظرهم، ب) تعيين ناقدين إعلاميين من داخل المؤسسة الإعلامية لمتابعة الشأن الاجتماعي وإخفاقات الإعلام في هذا الجانب فيما يسمى بوظيفة (ombudsman) وأخيرا ج) ظهور المجلات الإعلامية الأكاديمية المتخصصة في نقد الأداء الإعلامي في المجتمع مثل (Nieman Report) و (Columbia Journalism Review) و (American Journalism Review)[42].

يؤخذ على نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام أنها نداء إلى وضع مصلحة المجتمع أولوية في الممارسة الإعلامية انطلاقا من النظرة اللبرالية التي تعتبر المجتمع مصدر الممارسة الديمقراطية الحقيقية، وليست نظرية المسؤولية الاجتماعية مستقلة معرفيا، وفلسفتها إنما تستند إلى اللبرالية في أحد معالمها : حرية التعبير وحرية الصحافة التي من دونها تتعثر الديمقراطية في المجتمع. ومثلما يقول «جون فيري» : «فإن المسؤولية الاجتماعية في الإعلام وإن لم تكن نظرية متطورة، فإنها تمثل مقاربة مقنعة وتؤكد على قيمة الحرية من تدخل الحكومة والالتزام بالمصلحة العامة»[43]. وأخلاقيا، فإن إسهامات النظرية تكمن في جعل المجتمع (أو الواجب تجاه الجمهور بشكل أدق) عنصرا أساسيا في اتخاذ القرارات الأخلاقية خاصة على مستوى المؤسسات الإعلامية الكبرى.

---

42 - Ibid, 22-24.

43 - Ibid, p. 22.

الحتمية القيمية في الإعلام والأخلاق

انشغلت نظرية الحتمية القيمية في الإعلام[44] بالمسألة الأخلاقية انشغالا مركزيا باعتبار الإعلام رسالة رغم ثقل الوسيلة في المجتمع المعاصر وبحكم ارتباط القيمة بالمرجعية الحضارية المتميزة. ويبرز إسهام نظرية الحتمية القيمية في مجالين : أ) دراستنا عن أخلاقيات الإعلام في الرؤية النورسية النورانية باللغتين العربية[45] والإنجليزية[46] إذ تتضمن الدراسة «تفاصيل» عن الأخلاقيات التي ينبغي تبنيها في الممارسة الإعلامية اطلاقا من رؤية حضارية متجددة. وقد حظيت هذه الدراسة بإشادة كريستنز كليفورد، أب أخلاقيات الإعلام بأمريكا، وماكس ماكومب، صاحب نظرية تحديد الأولويات «الأجندة» في الإعلام، وب) الجهود المبذولة مع «كريستنز كليفورد»[47] في سياق ما أصبح يعرف بأخلاقيات الإعلام العالمية. وتعد نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية نظرية فرعية في التنظير الإعلامي القيمي إذ يتم فيها مقاربة الحتمية القيمية بأسسها التراثية والمعاصرة في العلاقة مع النظريات الأخلاقية الغربية وصولا إلى إبراز

---

44 - انظر مثلا:

د. عبد الرحمن عزي، «دراسات في نظريات الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز» مركز دراسات الوحدة العربية. الطبعة الثالثة، 2004

د. عبد الرحمن عزي ، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار التونسية للنشر، تونس، 2011

د. نصير بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبد الرحمن عزي، المستقبل العربي، أبريل، 2014.

د. عبد الرحمن عزي ، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي: مالك بن نبي، الورثيلاني، النورسي، صن تسو، الدار التونسية للنشر، 2011

د. عبد الرحمن عزي ، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام ، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2012

د. عبد الرحمن عزي ، قوانين الإعلام والإعلام الاجتماعي: قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2013.

مجموعة من الباحثين بإشراف د. نصير بوعلي، قراءات في نظرية الحتمية القيمية الإعلامية، مؤسسة إقرأ، 2009.

د. نصير بوعلي، الإعلام و القيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، دار الفكر، 2005 .

مجموعة من الباحثين بإشراف د. نصير بوعلي، أعمال الندوة الأولى لنظرية الحتمية القيمية الإعلامية، دار إقرأ، قسنطينة، 2009.

45 - د. عبد الرحمن عزي، «أخلاقيات إعلامية في الرؤية النورسية النورانية.» الحكمة، مرجع سبق ذكره

46- Abderrahmane Azzi,"The Morality of Media Ethics: Readings in Nursi's Theory of God's Attributes," Journalism Studies, Ibid.

47 - Christian G. Clifford, "Recent Trends in Global Media Ethics",

مجالات التقاطع والاختلاف فيما يخص طبيعية النظرية الأخلاقية على المستوى الكلي، أي (meta-theory) والنظريات المعيارية (normative theories) مثل المسؤولية الاجتماعية والأخلاق التطبيقية (practical ethics) في الممارسة الإعلامية[48]. وتعد نظرية الواجب الأخلاقي في هذه الحالة نظرية قيمية معاصرة تمثل مرجعا أساسيا وضروريا في اتخاذ القرارات الأخلاقية في الممارسة الإعلامية إن على مستوى الممارس الصحفي أو المؤسسة الإعلامية .

أخلاق الكائن الانساني (Ethics of Being)

عودة إلى النظرة الطبيعية بالمفهوم الواسع

تقوم نظرية «كليفورد كريستنز» (Clifford G. Christians) على نقد النظريات الأخلاقية الغربية على اعتبار أنها «محلية المرجعية» وتحمل نزعة «امبريالية»[49] تستثني المرجعيات الثقافية والحضارية الأخرى. ويرى «كليفورد» أن الخلل في النظريات الأخلاقية الغربية يكمن في نظرتها «الضيقة» والمصغرة للفرد (atomistic self) بوصفه كائنا مستقلا عن العوامل المحيطة. يقول في هذا الشأن : «ومنذ عصر التنوير في القرن الثامن عشر، فإن الفرد المصغر ظل ولا يزال في الغرب القيمة الثقافية الأساسية والمحدد لذلك النشاط الثقافي الذي نسميه بالتغطية الإخبارية. إن الجذور الأساسية للعقل التنويري تكمن في الحرية السلبية – الحرية التي تفهم بوصفها هدف في حد ذاته. إن المسألة القائمة باستمرار تتمثل في دمج الحرية الانسانية بالنظام الأخلاقي، وهو ما فشلت في حله الفلسفة التنويرية الذي أصرت بحدة على أن استقلالية الفرد أمر غير قابل للتفاوض»[50]. ويضيف أن العقلانية الأخلاقية (ethical rationalism) التي سيطرت على التفكير

---

48 - نجد هذا التصنيف عند لويس ألفن داي في:
.Louis Alvin Day, Ethics in Mass .... pp. 4-5

49 - محاضرة « كليفورد كريستنز» بعنوان «الاتجاهات الحديثة في أخلاقيات الإعلام العالمية.» (Recent Trends in Global Media Ethics) بكلية الاتصال. جامعة الشارقة. تاريخ 2014-3-11.

50 - Clifford G. Christians, John P. Ferre and P. Mark Fackler, Good News: Social Ethics & the Press, Oxford University Press, New York, 1993, p. 13.

الأخلاقي الغربي وتم تقديمها بوصفها «عالمية» قتلت الاحساس بالقيمة وانتشلت تلك القيمة من التاريخ والذاكرة الجماعية[51]. وبالمقابل تقوم نظرية «الأخلاق في الإنسان» (ethics in being) على ربط الفرد أخلاقيا بالكيان الاجتماعي فيما يسميه بالأخلاق الاجتماعية (social ethics) أو بالأخلاق الجماعتية (communitarian ethics) أو بالأخلاق الحوارية (dialogue ethics) إذ أنه وفي الحالة الجماعية، «فإن للأفراد مطالبات على بعضهم البعض لا مفر منها و لا يمكن التخلي عنها إلا على حساب إنسانيتهم»[52]. فالعلاقة مع الآخرين تحمل في طياتها التزاما أخلاقيا[53]. ويدخل في الجهود المماثلة التي يقوم بها «كليفورد» في نقل نظرية أخلاق الإعلام إلى المجال الاجتماعي محاولات ربط أخلاق الإعلام بالثقافة مثل التكنولوجيا، الدراما الاجتماعية والعنف والخصصة والضوابط المقيدة للإعلام[54]. ويضيف أن فلسفة الاتصال بذاتها توفر إمكانية الوصول إلى العالمية «بمقاربة وجودية بدل النظرة الإبستمولوجية»[55]. ويرى «كليفورد» أن الاتجاهات الحديثة في أخلاقيات الإعلام العالمية ومنها جهود نظرية الحتمية القيمية في الإعلام تمثل إحدى المخارج من هذه القبضة النظرية الفلسفية الأحادية. وذكر في هذه الإطار أن نظرية النورسي لأسماء الله الحسنى المنشورة في مجلة (Journalism Studies)[56] عميقة وتفتح آفاقا واسعة لإثراء أخلاق الإعلام العالمية[57].

والحاصل أن المسألة الأخلاقية في الإعلام لم تكن غائبة كثيرا في التجربة الإعلامية الأكاديمية والمهنية الغربية والأمريكية بالأساس، قد انشغلت هذه التجربة بالمسألة

51- Clifford G. Christians and Michael Traber, Communication Ethics and Universal Values, SAGE Publication, London, [illegible]

52- Ibid, [illegible]

53- .Clifford G. Christians, "Journalism Ethics in Theory..." [illegible]

54- .David Berry, Ethics and Media Culture: Practices and Representations, Focal Press, Oxford, [illegible]

55- .Clifford G. Christians and Michael Traber, Communication Ethics and... [illegible]

56- Abderrahmane Azzi, "The Morality of Media Ethics: Readings in Nursi's Theory of God's Attributes" [illegible] Journalism Studies, [illegible]

57- ....Clifford G. Christians, "Recent Trends in Global Media Ethics," conference [illegible]

الأخلاقية في الإعلام منذ بداية القرن العشرين السابق رغم أن هذا الجانب لا يأتي ذكره كثيرا في الأدبيات الأكاديمية «الكلاسيكية». فقد حدث مثلا وأن قام جوزيف بوليتزر (Joseph Pulitzer) أحد رجال الثقافة ومالك صحيفتي «سان لويس ديسباش» و«نيويورك ورلد» بإثارة الانتباه منذ سنة 1900 إلى المسألة الأخلاقية في الإعلام واعتبر أن «القيم أساس التكوين الإعلامي»[58] وقد عبر «بوليتزر» عن أهمية التأسيس الأخلاقي للإعلامي بقوله «أرغب في أن أجذب إلى مهنة الصحافة شباب ذوي شخصية أخلاقية إضافة إلى مساعدة المهنيين الحاليين في الحصول على مستوى عال من التدريب الأخلاقي والمعرفي». ويضيف «ستكون هناك مواد (مساقات) في أخلاق الإعلام، ولكن الجانب الأخلاقي يجب أن يكون نافذا في المواد كلها». ومن أجل ذلك، قام بوليتزر بتمويل برنامج الماجستير في الصحافة بجامعة كولومبيا الذي يعد من أشهر الأقسام الإعلامية بالجامعات الأمريكية منذ ذلك التاريخ. وما تزال برامج التكوين الإعلامي في الغرب (أمريكا) «تفتقر إلى مواد عن القيم والأخلاق في الإعلام إذ يتم التركيز على المهارات» إضافة إلى أن وسائل الإعلام تركز في شروط توظيفها للصحفيين على «الواجبات والمسؤوليات وليس على القيم»[59]. ويؤكد «لاري لازلي» بدوره أن التكوين الإعلامي لاينبغي أن ينحصر في التفكير النقدي والقدرة على حل المشاكل ولكن أيضا الاحساس بالقيم»[60]. ويرى الباحث «ميشال بوجقة» أنه يتم التركيز في مقابلات التوظيف على الطموح والهدف، فالطموح ليس قيمة ولكنه رغبة والهدف ليس قيمة ولكنه مبتغى. فالإنسان غير الأخلاقي له طموح وأهداف أيضا. ويضيف أن الصحفي يبدأ بالعمل بمهاراته ثم لا يلبث أن تواجهه قضايا أخلاقية لم يكن مستعدا

.John P. Ferre, "A shorty History of Media..., p. 19 - 58

Michael J. Bugeja, Living Ethics: Developing Values in Mass Communication, Allyn & Bacon, Needham - 59 .Heights, Mass. 1996, p. 291

Larry Z. Leslie, Mass Communication Ethics: Decision Making in Postmodern Culture, Houghton Mifflin - 60 Company, New York, 2000, p. 18

لها فيدخل في جو التعلم بالخطأ ويبقي عالقا بفعل ذلك[61]. إن الصحافة الأخلاقية، مثلما يقول باترسون، «تمثل أفضل صحافة»، والتفكير في أخلاق الإعلام بذاته وسيلة في تجسيدها ممارسة، ويدخل في ذلك «التكوين الأخلاقي» ذلك أن الأخلاق «شيء تملكه وليس شيئا تفعله»[62].

نظرية «أخلاق الكائن الانساني» لكليفورد كريستنز والحتمية القيمية

يعدد. كليفورد كريستنز (Clifford G. Christians) أكثر العلماء المنشغلين بأخلاقيات الإعلام عالميا وذلك لأكثر من أربعة عقود. ولا يخلو تقريبا كتاب أكاديمي معرفي عن أخلاقيات الإعلام بالإنجليزية دون التعامل مع إسهاماته في المجال، ويصفه د. روبرت فورتنر (Robert Fortner) أنه أب أخلاقيات الإعلام بأمريكا وأن إسهاماته في مجالين : 1) أخلاقيات الإعلام و2) نقد التكنولوجيا.

مارس د. كريستنز تدريس فلسفة أخلاقيات الإعلام في جامعات «ثقيلة الوزن» من مثل جامعة إلينو وجامعة برنستون وجامعة شيكاغو وجامعة أكسفورد وحاضر عن أخلاقيات الإعلام في خمسة وثلاثين بلد، وحصل على أوسمة تقديرية عن جهوده في هذا المجال من أكثر من جامعة ومؤسسة بحثية، تخصص إحداها جائزة سنوية في أبحاث الأخلاقيات باسمه، وترجمت أعماله إلى اللغات الفرنسية والألمانية والاسبانية والرومانية والبرتغالية والأكرانية والصينية والكورية.

وقد تحدث د. كريستنز، في محاضرة حول «الاتجاهات الحديثة في أخلاقيات الإعلام العالمية» عن الاتجاه الحديث الخاص بالنظريات التي تستمد مرجعيتها من الظاهرة الدينية ومنها إسهام نظرية أسماء الله الحسنى في فهم طبيعة الممارسة الأخلاقية في الإعلام خاصة من زاوية ربط الصلة اللغوية والدلالية بين أخلاقيات الإعلام وأسماء الله الحسنى (انظر محاضرته في رابط هذا الموقع أسفله).

---

61 - Ibid.

62 - Philip Patterson and Lee Wilkins, Media Ethics: ... pp. 1-2.

وقد أورد في حوار سينشر بالإنجليزية قريبا تفاصيل عن قوله أن النظريات الأخلاقية «الكلاسيكية» الغربية ابتداء من أرسطو إلى جون استوارت ميل قد فقدت مصدقتيها في عصر «العقل العالمي» (global mind) ويربط ذلك باعتماد تلك النظريات على العقلانية البحتة القائمة على الاستقلالية و«حريتي» (my freedom) وكونها «محكومة» بالاعتبارات التاريخية التي ولدتها، ثم يتحدث عن نظريته المسماة «بأخلاق الكائن الإنساني» (Ethics in Being) بوصفها أحد النظريات الحديثة في أخلاقيات الإعلام. وكان هذا الحوار فرصة سمحت بتوضيح نظريته التي تتقاطع كثيرا مع الحتمية القيمية رغم اختلاف البيئة الثقافية والاجتماعية والتاريخية للنظريتين. وتحمل نظريته «الأخلاق في الانسان» بعدا «روحيا» تكامليا غير قائم في النظريات الغربية على وجه العموم. ونظرا لأن نص الحوار بالإنجليزية، ارتأينا ترجمة عدد من أفكاره بالعربية للإفادة.

- يرى د. كليفورد أنه رغم تكوينه بالأساس في الفلسفات الأخلاقية الغربية إلا أن تلك الفلسفات في نظره فقدت مصداقيتها لاعتبارات داخلية وأخرى خارجية. أما الداخلية، فتمكن من نقادها «من الداخل». أما خارجيا فإن ظروف «العولمة» وما يتطلبه التعامل مع الآخر «المختلف» يتطلب تنظير آخر يخرج عن النزعة المركزية الغربية «الامبريالية» المحكومة باعتباراتها التاريخية المحلية.
- يعتبر أن الفلسفات الأخلاقية الغربية حبيسة النظرة الضيقة للإنسان أي أنه كائنا عقلانيا ليس إلا (rationalism) بالتركيز على الفردانية والاستقلالية و«حريتي» بعيدا عن الاعتبارات الأخرى. فإذا نظرنا إلى عقلانية «كانت» الأكثر تطورا بالمقارنة مثلا نجدها متأثرة بجو مرحلتها حيث سادت نظرية نيوتن الفيزيائية من أن العالم «مستقر» فجعل، أي «كانت»، قواعد نظريته للواجبات الضرورية (categorical imperatives) مطلقة في المكان والزمان، وذلك أمر فندته نظرية إنشتاين النسبية في قياس علاقة شيء ثابت بآخر متحرك ونظرية عدم اليقين (uncertainty theory) لهيزنبرغ من أنك تستطيع أن تعرف موقع

الشيء أو مساره ولكن ليس الاثنين معا. وطالما كانت المرجعية عقلانية فقط، يصبح الإطلاق (من المطلق) أمرا مستبعدا للاعتبارات الظرفية التي تحكمه.

- أن النظريات الأخلاقية الغربية تربط **(positions)** الأخلاق ومنها مسائل: المساءلة (تحمل الفرد مسؤولية ما يقوم به) **(accountability)** واتخاذ القرار **(decision making)** بمركزية المرجعية العقلانية بينما تربط نظريته (الأخلاق في الانسان) بمركزية المرجعية الروحية **(the human spirit)** التي تمثل جوهر الانسان.

ويلاحظ هنا التقاطع بين نظرية الأخلاق في الانسان ونظرية الحتمية القيمية في مرجعية القيم رغم أن نظرية «الأخلاق في الانسان» تربطها بمسائل معينة نتيجة كونها، أي نظريته، رد فعل للنزعة العقلانية البحتة.

- أدت هذه النزعة الفردانية بمعناه المنتسب إلى عصر التنوير إلى تحولها إلى المصلحة الشخصية والأنانية ونوع من الحفاظ على الذات.

- يرى د. كريستنز نقلا عن الفسيلوف إرنست كاسيرر صاحب مجلدات بعنوان «الفلسفة بوصفها شكل رمزي» **(Philosophy as Symbolic Forms)** والملخصة في كتابه «مقال عن الانسان» **(An Essay on Man)** من أن الخيارات التي أعطيت لنا عن الانسان في الفكر الغربي ثلاثة: الانسان ككائن عقلاني، الانسان ككائن بيولوجي والانسان ككائن رمزي، هذا الأخير (الرمزي) لذي يؤسس العالم ويدخل في مضربات الفانتازيا والخيال. وكلها تعبر عن نظرة قاصرة للإنسان.

وقد ذكرنا سابقا إلى أن الحتمية القيمية تنظر إلى الانسان بوصفه كيانا أخلاقيا بالدرجة الأولى وأن الاعتبارات الأخرى مثل النفسية والاجتماعية والاقتصادية واللغوية أبعاد مترتبة عن ذلك. ويمكن قراءة ذلك في قوله تعالى «**وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ**

وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُم مِّنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَىٰ كَثِيرٍ مِّمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا». (الإسراء، 70). وفي الحديث «إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ».

- يعتبر د. كريستنز أن نظريته «الأخلاق في الانسان» تنظر للإنسان أنه متكاملا تتفاعل فيه أبعاد متعددة، ويترتب عن ذلك أن ترتبط أخلاقيات الإعلام بالجانب الروحي بالأساس، ويضيف في ذلك أن المنظرين الذي انطلقوا من المرجعيات الدينية قضوا قرونا من الزمن في تعريف الانسان بهذه الكيفية «الكلية».

- أما بالنسبة للنظرية «الواقعية» (realism) أو الطبيعية (naturalism) التي ترتبط فقد بالواقع المحسوس (facticity) دون غيره والتي تشكك في «الميتافيزقيا» (الفلسفة) أو الخالق (الأديان)، فإن النقاش ينبغي أن يتحول من الجدل حول الواقعية أو ضد الواقعية ومن مجال الأبستمولوجيا (طبيعة الأخلاق في الفلسفة والدين) إلي مجال الواقعية الأنثربولوجيا (anthropological realism) (ليس من زاوية الأنثروبولوجيا «التقليدية») وليس من زاوية إنسانية الانسان، أي البحث في المشترك لدى الانسان. ويري أن الاتجاه الذي يسمى نفسه حاليا في الغرب «بالأرسطوين» الجدد (neo-Aristotelians) حذرون في انتقاء الأبعاد الممكنة في فلسفة أرسطو، ويشير إلى أن الفيلسوف غادمار في كتابة «الحقيقة والمنهج» (Truth and Methods) قد بين أن فلسفة أرسطو وإن كانت تركز على «الجسم والعقل» أو «الادراك والتقنية» إلا انها تحمل تضمينا ثالثا يتعلق بالتأويل (hermeneutics) المشتق من (Hermes) أي «إله اللغة». وفي دراسة حديثة له (أي د. كريستنز) مع «ستيفن ورد» بين في السياق نفسه أن هناك مجال آخر خارج تجربتنا والواقع المحسوس ويمكن التعبير عنه ميتافزيقيا.

- أما في مجال نقد التكنولوجيا، فهو يري أن القراءة المعرفية تتطلب إلى دراسة ما وراء التكنولوجيا وينتقد تحويل المسألة التكنولوجيا إلى الخبير الباحث عن

الفعالية بعيدا عن الاعتبارات الثقافية والاجتماعية. وهو يرى أن القيم وراء التكنولوجيا هو المجال الذي يمكن أن تحدث في الثورة وليس التكنولوجيا في حد ذاتها. (تعليق إضافي : في دراسته للفيلسوف الفرنسي إلول **(Ellul)** يستشهد بنظرة «إلول» من أن التكنولوجيا تحمل فرصا ومخاطر وفق ما إذا كان الانسان «صاحب السيطرة أو تحت السيطرة»، ذلك أن عدم تغيرنا في مواجهة التكنولوجيا واستخدامها للأفضل وليس للفعالية فحسب يؤدي إلى تغليب كفة التكنولوجيا بالضرورة، أي سلطتها. وقد أوجدت هذه التكنولوجيا ظاهرة الخبير (الأدري بعالم التكنولوجيا) والباحث عن الفعالية، الأمر الذي وفر الأرضية لعدم تقبل الأحكام الأخلاقية عن التكنولوجيا. ويري «إلول»، في السياق نفسه «أن إصدار الأحكام الأخلاقية يعد أعلى مستويات التعبير عن حرية الانسان» في حين أن موقف الخبير ليس محايدا مثلما يبدو، فهو محكوم بتكوينه وممارساته وأهدافه).

- يرى د. كريسيتنز أن نظريته «الأخلاق في الانسان» والنظريات ذات المرجعية الدينية تحتاج إلى مزيد من العمل خاصة في مجال أخلاقيات الإعلام بالتزامن مع التغيرات الذي تفرضها التكنولوجيا وواقع الممارسة الإعلامية في مجتمع «العقل العالمي» وهو مقدر لنوعية الكتابات المعرفية في أخلاقيات الإعلام من نوع نظرية أسماء الله الحسنى للنورسي، وهي دراسة قامت دار النشر المعروفة **Routledge** بإعادة نشرها في كتاب يمكن الحصول عليه **amazon.com** بعنوان «استكشاف في أخلاقيات الإعلام العالمية» **(Exploration in Global Media Ethics)**.

المجال الأخلاقي في الإعلام
- تصنيف معرفي -

جرت العادة في الأدبيات المحلية النظر إلى أخلاق الإعلام على أنها مفردات عامة وجميلة» مثل «الموضوعية» و«الانصاف» و«الدقة» و«التوازن»، الخ. ولكن لا نجد لها أثر يذكر في الممارسة الإعلامية. هذه الرؤية قاصرة وتعكس فقرا معرفيا وجهلا بالتاريخ الأخلاقي لتخصص الإعلام والممارسة الإعلامية. ويمكن في هذا التنظير تقسيم المجال الأخلاقي في الإعلام منهجيا إلى ثلاث محاور معرفية ومهنية على النحو التالي :

أولا : أخلاق الإعلام بوصفها قيم

يتعلق هذا المجال بحصر القيم الصحفية (أو قيم المهنة الصحفية) التي ينبغي أن «تنير» و«تقيد» الفعل الإعلامي أخلاقيا. وقد ظهرت هذه القيم في البداية مع لائحة المبادىء (كانون) الصحافة (Canons of Journalism) التي أصدرتها الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف (American Society of Newspaper Editors) سنة 1923 . وتضمنت اللائحة بإيجاز قيم : المسؤولية، حرية الصحافة، الاستقلالية، الإخلاص والصدق والدقة، الحياد والانصاف. وقد شهدت هذه القيم تطورا في المجال المهني (انظر النص الجديد لميثاق جمعية الصحفيين المهنيين بأمريكا والمترجم لأول مرة في ملحق هذا الكتاب). أما معرفيا، فإن الإسهام في تأسيس عدد من هذه المفاهيم نظريا وتاريخيا يعود إلى كل من كريستنز كليفورد وإسهاماتنا في هذه المجال. فقد حاول كرسيتنز ربط قيمة البحث عن الحقيقة في الإعلام بجذور دينية وفلسفية حيث ذكر أن «الحقيقة» (truth) من تعبير الإنجيل (alethia)، أي البحث الأصيل «النزيه» عن الحقيقة. أما إسهاماتنا فتتمثل في ربط قيم إعلامية بأسماء الله الحسنى وفق الرؤية النورسية، وهي الإسهامات المنشورة باللغتين

العربية[63] والإنجليزية[64] ومشار إليها في جزء نظرية الواجب الأخلاقي. وقد قامت مقاربتنا على إبراز «نظرية» النورسي في كشف بعض تجليات عدد من أسماء الله الحسنى والدفع بتلك النظرية إلى مجال أخلاقيات الإعلام ساعيا إلى تمكين المرسل من التأمل في حظه من تلك الأسماء ومعانيها والانطلاق منها في إنارة تفاصيل ممارسته الإعلامية بما يرقي بأدائه إلى القيمة وليس بما يحيد به عنها. وليس في هذا النهج تعارض مع تلك الأخلاقيات القائمة «المفصولة» التي يمكن إعادة تشكيل البعض منها بما يدخلها ضمن الأخلاقيات «الموصولة». والأمر الأهم استحضار دلالة تلك الأسماء، التي بين النورسي طاقتها الخلاقة، في أداء المهمة الإعلامية «النبيلة» وتوصيل الرسالة التي وبطبيعتها الأصلية أخلاقية.

ثانيا : أخلاق الإعلام بوصفها مواثيق شرف (أخلاقية)

ظهر أول ميثاق شرف إعلامي «مؤسس» في التجربة الأمريكية مثلما أسلفنا سنة 1923، واستمر هذا الميثاق في التجدد وفق مقتضيات الممارسة الإعلامية. ويبدو أن النص الأخير (مرفقا في الملحق) قد استفاد من أدبيات النظرية الأخلاقية خاصة في مبدأ «تقليل الضرر» إضافة إلى تركيزه على النزاهة ومقاومة التأثيرات الخارجية على الممارسة. وتعد مواثيق الشرف ذات طبيعة معنوية وليست إلزامية، أي أنها قائمة على درجة «الوعي الأخلاقي» لدى الممارس أو المؤسسة الإعلامية. وكلما كان الوعي الأخلاقي «قائما» و«عاليا» مثلت هذه المواثيق سندا أخلاقيا فعالا، وكلما كان هذا العامل «غائبا» أو «محدودا» تحولت هذه المواثيق إلى «حبر على ورق»، على أن هناك تباين في درجة تطور هذه المواثيق وتأثيراتها من مجتمع لآخر وفق تطور الممارسة الإعلامية ومحيطها ثقافيا واقتصاديا وسياسيا وحضاريا.

إن تاريخ أخلاقيات الإعلام في المنطقة العربية و الإسلامية «هزيلا» نسبيا، ولم يكن تاريخيا مستقل بقدر ما كان يحاكي المصفوفات اللفظية الغربية في الشكل دون المضمون

---

63 - د. عبد الرحمن عزي، «أخلاقيات إعلامية في الرؤية النورسية النورانية،» الحكمة. مرجع سبق ذكره

64 - Abderrahmane Azzi,"The Morality of Media Ethics: Readings in Nursi's Theory of God's Attributes," Journalism Studies, Ibid.

الذي ظل باهتا إن في الدلالة أو الممارسة. فمراجعة مواثيق الشرف الإعلامية في المنطقة العربية بدءا بميثاق «فيدرالية الصحفيين العرب» سنة 1972 إلى ميثاق قناة الجزيرة الإخبارية سنة 2004 تبين ما يلي :

- تباين مستوى تطور هذه المواثيق من بلد لآخر
- أن الجهة التي تصدر الوثيقة (على الرغم من شكليتها) تكون رسمية (وزارة) أو جمعية تتبع هيئة رسمية أو جمعية شبه مستقلة و نادرا ما تكون مستقلة، وتأتي بعض المواثيق المشتركة من هيئات رسمية ذات طابع سياسي سلطوي (مجلس وزراء الإعلام العرب) مما يؤثر على طبيعة المضمون الوارد في هذه المواثيق.
- تذبذب المرجعية الثقافة والأيديولوجية واستثناء المرجعية القيمية في مثل هذه المواثيق، ويمكن إيجاد ملامح سلطوية وأخري لبرالية وقومية وغيرها في تلك الأخلاقيات. ويكون هذا «الاهتزاز» العنصر الأساس في «الخلل المعرفي» لا الشكلي في مضامين تلك المواثيق.

ولو توقفنا على الاعتبارات المهنية «البحتة» دون طرح مسألة المرجعية فإننا نجد في هذا الباب مجالات تحركت في مجال الممارسة الإعلامية بأشكال مختلفة نظريا على الأقل :

أ) مجال تميز ببعض التطور في اتجاه تمتين النزعة المهنية «البحتة» ومن ذلك :

- حق الصحفي في الوصول إلى مصادر الخبر (إلا ما كان استثناءا بقانون صريح).
- حق الصحفي في الحفاظ على سرية مصادر المعلومات.
- فصل الخبر عن الرأي.
- حق الرد و التصحيح (في الزمن والمساحة المحددة).
- عدم استخدام الوسائل غير المشروعة في الحصول على الخبر والصورة.

ب) مجال ما زال «معلقا» وليس واضحا إلى حد كبير في أذهان الممارس الإعلامي و«المخيال الاجتماعي» على وجه العموم :

- مسؤولية الممارس الإعلامي : و يعني ذلك، هل أن هذا الأخير مسؤول تجاه «الجمهور» أو الجهة الرسمية أو سياسة المؤسسة الإعلامية أو بعض «المفاهيم المجردة» من مثل الوطن والمصالح العليا وما شابه ذلك.
- مدى انخراط الممارس الإعلامي في الحدث، وذلك فيما إذا كان هذا الأخير ينظر إلى أدائه بوصفه عملية حيادية، وفي الحياد درجات ومن ذلك الحياد النسبي والحياد الإيجابي وحياد غير المعني، الخ أو أنه يقع «داخل» الحدث وملتزم و إلى أي درجة.
- موقع الاعتبارات التجارية والسياسية في التغطية الإعلامية، والقصد من ذلك أن عدة أطراف قد تتجاذب في ساحة الإعلام دون تقاليد ضابطة ومن السهولة بمكان تحول العملية الإعلامية إلى خطاب سياسي حين يعد الإعلام امتداد الحقل السياسي أو قوالب غريزية عند تدخل الرأسمال المادي سعيا وراء الاستحواذ على الرأسمال الرمزي.
- مكانة القضاء و القانون ودرجة استقلاليته في التعامل مع القضايا الإعلامية الجدلية.
- عدم التمييز الدقيق بين «النقد المباح» والقذف. وأدت هشاشة الخط الرفيع الذي يفصل بين العمليتين إلى الوقوع في الكثير من التجاوزات التي يصعب «إصلاحها» على اعتبار أن الضرر قد وقع.

ج) مجال تراجعت فيه عدد من الممارسات التراكمية «الموجبة» في مجال المساحة المتاحة في تناول قضايا المجتمع وبالأخص تلك المتصفة بالجدلية وفي مجال «المسؤولية» ولو بمفهوم المصلحة العامة النظرية، أي ما يمكن تسميته بالمسؤولية الاجتماعية. ويدخل في ذلك :

- تقييد إمكانية نقد المؤسسات الرسمية، ومن ذلك «الشخص المسؤول».
- الإحالة في العديد من القوانين الإعلامية إلى قوانين النشر أو القانون الجنائي

قصد تضييق مجال الممارسة الإعلامية إلى أبعد الحدود، الشيء يجعل هذه القوانين تبدو ردعية وعقابية بشكل مسبق[65].

- الإبقاء على الفقرة «المبهمة و المطاطية» المشهورة المقيدة التي تكرر في القوانين بل في الدساتير بالمنطقة ومفادها أن الإعلام حر في تناول القضايا باستثناء ما يمس «المصلحة العامة» أو «الأمن الوطني» أو «السيادة الوطنية». وبدون تقنين هذه التعبيرات بشكل دقيق، يبقى كل شيء تقريبا تحت طائلة مثل هذه االقيود.
- ضعف الصلة بين الإعلام والمسؤولية الاجتماعية «البحتة»، ويعني ذلك «هشاشة» انخراط الإعلام في قضايا المجتمع داخليا وخارجيا، وخاصة ما تعلق بالجانب القيمي إذ هناك تسيب ساطع في هذا المجال وأضحت العديد من وسائل الإعلام «التفاهية» و«المتاهية» منفذ المضامين التي تعمل بأشكال مبثوثة أو مباشرة على تكسير البنية القيمية و الثقافية في المجتمع.

د) مجال لم يعالج ولم يدخل بعد في أدب هذه الأخلاقيات، ونخص بالذكر «الضوابط الأخلاقية التي يتعين أن تضبط الإعلان (التجاري)»، «درجة» العنف التي يمكن أن تعرضها[66] القنوات الإعلامية في أزمنة الحروب والصراعات، كيفية التعامل مع الأحداث التي يعتقد أنها عرض تمثيلي **(staging)** خاصة في مجال الدعاية السياسية، واحترام خصوصية الفرد مثل تسجيل المكالمات الهاتفية أو عرض شرائط مسموعة مرئية خصوصية على شبكة الإنترنت، وحقوق الملكية الفكرية الإعلامية، الخ

وتعددت العوامل التي تجعل المواثيق الأخلاقية (أو مواثيق الشرف الإعلامية) غير فاعلية ومن ذلك الرقابة الذاتية التي يمارسها الإعلامي وعدم استغلال بعض المساحة من

---

65 - يلجأ الممارس الإعلامي في أمريكا مثلا إلى الاستناد إلى المادة الأولى المعدلة في الدستور الأمريكي من «أن الكونغرس الأميركي لا يحق له أن يسن قوانين تحد من حرية الصحافة» من أجل رفض أية قوانين إعلامية بفعل أن أي قانون يتضمن قيود مسبقة

66 - تضمن ميثاق أخلاقيات قناة الجزيرة بعض الضوابط في هذا الشأن

الفسحة «السياسية» المتاحة، الضغوط الإدارية التي تمارس على الممارس الإعلامي، غياب ثقافة النقد والذي ينعكس في غياب أهم الفنون الصحفية المساهمة في نقد الظواهر «السلبية» ويخص التحقيق الصحفي، الدور «الهامشي» الذي تلعبه الجمعيات الصحفية المحدودة والشكلية، وتراجع مستوى التكوين الإعلامي الجامعي إلى إلى حد كبير.

إن هذه العوامل، وإن كانت واقعية وقائمة، فهي لا تمثل إلا «ستائر» إذا اقتبسنا أحد مفاهيم النورسي. فمسألة الأخلاقيات تحتاج إلى مقاربة على المستوى الكلي، ويؤدي ذلك إلى مساءلة المرجعية القيمية أو الفلسفية التي تقوم عليها هذه المنظومة «الأخلاقية». وقد سبقت الإشارة إلى أن تاريخ أخلاقيات الإعلام في المنطقة «هش» بفعل أن العديد من مفردات تلك الأخلاقيات (المذكورة سابقا) ظلت معلقة بدون تأويل واضح المعالم مما أفرغها جزئيا من مضامينها المحتملة وجعل التعلق بها أمرا شكليا بل منسيا وأحيانا تؤول بشكل متناقض بين هذا المجتمع أو ذاك كأن يسمى الحدث «مقاومة» عند البعض و «إرهابا» عند البعض الآخر، والطرفان يستندان إلى نفس الصفة الواردة في الأخلاقيات، أي «الموضوعية». والحاصل أن النقل من الغرب (من الإنجليزية بالأساس) في هذا المجال كان أمر شكليا ومن باب المحاكاة على اعتبار أن من شروط الدخول في «الحضارة الإعلامية» تبني تلك الأخلاقيات التي يقال أنها تحكمها نظريا، بينما التاريخ ومن ذلك تاريخ الاستعمار يشهد على إخفاق تلك الاعتبارات في الممارسة الإعلامية «المتحضرة». يضاف إلى ذلك إلى أن بعض هذ الأخلاقيات كان محل نقد عدد من الأكاديميين الغربيين مثل «دافيد غوردن» الذي يرى أن «حرية التعبير لا ينبغي أن تصبح مبرر للسلوك الإعلامي غير المسئول»[67]. ويرى «نيغل هاريس» بدورة أن مواثيق الشرف الإعلامية المتعددة ليس لها أثر على الممارسة الإعلامية ما لم تمس بشكل مباشر الممارسة الإعلامية، فهي (أي المواثيق) لا تحدد السلوك «الجيد» و كيف يمكن تحقيقه[68].

---

67 - David Gordon, "Ethics and Freedom: Media Accountability," in A. David Gordon & John Michael Kittross, Controversies in Media Ethics, Longman, New York, 1999, pp. 26-38.

68 - Nigel G. E. Harris, Codes of Conduct for Journalists, in Andrew Belsey & Rut Chadwick, Ethical Issues in Journalism and the Media, Routledge, New York, 1998, p. 75.

ويدخل في تلك الأخلاقيات ما شاع في بعض الفترات التاريخية وخاصة في بعض الأدبيات الموصوفة «بالاشتراكية» أو «الوطنية» بمبدأ «الالتزام» (أي الالتزام تجاه أيديولوجية معينة) ثم تحول في الممارسة إلى «إلزام»، وفقد الكثير من بريقه بتراجع تلك الأيديولوجية. ويبدو هذا المصطلح محدودا بالمقارنة مع مفهوم «الإذعان» عند النورسي. فالممارس الإعلامي يحتاج إلى الإذعان للحق وليس التعلق بتيار ظرفي يحتكم إلى «المؤقت» أو إلى الهوى وما يلبث أن يأتي عليه الزمن. وقد دعا النورسي «أن تكون الكلمات إذعانا لا التزاما، أي إذعانا للحق، وتعاليم الحق، وما الإسلام إلا الإذعان المطلق لإرادة الله تعالى، وذلك الإذعان المطلق هو الذي يحقق الحرية التي يتنفسها (الكاتب) ولا يستطيع أن يحيى بدونها»[69].

إن المتمعن في ابستمولوجية تلك المصفوفة اللغوية المنتسبة إلى أخلاقيات الإعلام السائدة يجدها تصطف أحيانا إلى جانب النزعة اللبرالية و أحيانا إلى مثالية في الشكل و دونها في المضمون. ويتجسد هذا الأمر مثلا في دلالة بعض الألفاظ من نوع «الحرية» و«المسؤولية الاجتماعية»، المنبثقة من قاموس النظرية اللبرالية التي وضع أسسها عدد من فلاسفة عصر التنوير بأوربا أمثال جون استوارت ميل، أو في بعض المفردات التي تحتمل أكثر من تأويل حسب السياق والمؤسسة والفرد مثل الحياد و الموضوعية وغيرها (المذكورة سابقا). وهذا ما يجعل إعادة تأسيس تلك الأخلاقيات، كما أسلفنا، أمر مشروعا من الناحية النظرية المعرفية والمهنية.

إن قوانين الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية عامة تنطلق من المنظور السلطوي : التقييد المسبق، وذلك مانجده في معظم قوانين النشر أو قوانين المطبوعات (الخاصة بالكتب والصحافة المكتوبة)، أما مجال التلفزيون بالمنطقة وخاصة بعد ظهور الإرسال التلفزيوني المباشر وإمكانية التقاط مئات القنوات التلفزيونية شرقا وغربا فيمكن تشبيهه بالأرض «السائبة» التي تخلو من «التشريع الإعلامي» بفعل عدة عوامل منها التفوق

69 - د. حسن الأمراني. النورسي . ص. 118.

التكنولوجي ودخول الرأسمال المادي[70] بشكل «قوي» وتقاطع أو تضارب المصالح الوطنية والإقليمية[71] والدولية. أما قوانين الإعلام الجديد (الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونة الإلكترونية) والشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك والتويتر فإن القوانين الموجودة غربية وأمريكية بالدرجة الأولى نظرا لأن هذه التكنولوجيا الحديثة من صنع تلك المجتمعات وتصبح باقي المجتمعات في موضع المستهلك «إن بوعي أو غير وعي»، أو بتعبير ابن خلدون «المغلوب مولع بتقليد الغالب»، ومازالت المنطقة العربية والإسلامية في مرحلة «ترقب وإرباك» في شأن القوانين التي يمكن اعتمادها في التعامل مع انعكاسات تلك الوسائل الجديدة والشبكات الاجتماعية على الحريات الفردية والجماعية وعلى مواضيع السلم الاجتماعي والآداب العامة، الخ. رغم ظهور قوانين خاصة «بجرائم» الإنترنت غي هذا البلد أو ذلك.

ويعتبر مجال قوانين الإعلام (قوانين المطبوعات وغيرها) في المنطقة العربية والإسلامية «شحيحة» و«مملة» من الناحية المعرفية كونها تنطلق من قاعدة المراقبة أو التقييد المسبق : أحد عناصر الفكر السلطوي. ونظرا لحالة «الغليان» التي ولدها «الربيع العربي» في أكثر من بلد، فإن تاريخ قوانين الإعلام في تلك البلدان المعنية تعد «لاغية» إلى حد كبير وليس لها القيمة المعرفية التي تؤسس التراكم الدال عبر التأريخ. فالقطيعة مع تلك الفترة قد يكون المدخل الأفضل في تأسيس قوانين إعلامية أقرب إلى مبادىء حرية التعبير والصحافة بالمفهوم القيمي الانساني المعاصر.

ثالثا : أخلاق الإعلام بوصفها مسائل أخلاقية

ويمكن معالجة المسائل الأخلاقية في الإعلام على النحو التالي:

---

70 - انظر كتابنا: عبد الرحمن عزي ، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: ....

71- ظاهرة قناة الجزيرة التلفزيونية. انظر دراستنا:
Azzi Abderrahmane, "The Morality of "Al Jazeera Effects:" Beyond Apparent Diversity and Agitation," Journal of Contemporary Studies of Media and Values, Issue 1, Number 1, 2012.

- أولا : القذف

يعرف القذف عامة بأنه «نشر معلومات خاطئة تسيء إلى سمعة الآخر». والقذف يمس المعلومة وليس الرأي. أما الإساءة فتتوقف على المتضرر إذ قد يكون الضرر «نفسيا» كالقلق والاضطراب والانعزال أو الإحساس بالإذلال أو الإهانة أو الاحتقار. الخ. أو ماديا مثل خسارة التجارة أو العمل أو الزبائن أو السمعة التي بناها الشخص عبر الزمن، الخ. وعادة ما يصعب تقدير الضرر النفسي ماديا إلا إذا تقدم المدعي بتكاليف العلاج النفسي مثلا.

وتعتبر مختلف الثقافات أن القذف مسألة غير أخلاقية و «شنيعة»، وقد أوضحنا في فصل أسس أخلاقيات الإعلام من أكثر من رؤية فلسفية على أن الهدي القرآني شدد كثيرا على الانضباط القيمي والتحفظ الأقصى في عدم الإساءة للآخر إن بالكلمة أوبسوء الظن وإعلاء قيمة الكلام اللين أيا كان الظرف. ويصب هذا المعنى في الآية الكريمة «وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا»[72]. ويتجلى هذا المعنى أيضا في أحد صوره في دعوة سيدنا موسى عليه السلام، ذلك أن مواجهة سلطة في وزن فرعون تتطلب للوهلة الأولى الاستعداد للأسوأ أو ربما رد الصاع بصاعين لو أمكن ذلك أو استحضار أشد الكلمات قذفا وإساءة للآخر بفعل الوضعية، إلا أن الله سبحانه لمعرفته بطبائع البشر، أوصاه بغير ذلك في قوله : «**اذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ**»[73]. وقد أسهب الغزالي (أبو حامد) في فصل آفات اللسان (الكتاب الرابع من ربع المهلكات من كتاب إحياء علوم الدين)[74]. في ذكر تلك الآفات التي تعد من باب القذف وحدد عشرين آفة منها : «الكلام فيما لا يعنيك»، «فضول الكلام»، «الخوض في الباطل»، «المراء والجدال»، «الخصومة»، «التقعر في الكلام بالتشدق»، «الفحش والسب

---

72 - البقرة . 83.

73 - طه. 44.

74 - أبو حامد الغزالي. إحياء علوم الدين. دار الكتاب العربي. بيروت. 2008. ص. 1099-1036

وبذاءة اللسان»، «اللعن»، «السخرية والاستهزاء»، «إفشاء السر»، «الوعد الكاذب»، «الكذب في القول واليمين»، «الغيبة» «النميمة»، «كلام ذي اللسانين» الخ[75].

ويعد القذف مسألة بالغة الأهمية بالنظر إلى التكاليف التي تتطلبها المحاكمات الطويلة و«التعويضات المادية الكبيرة» التي تطال المؤسسات الإعلامية عندما تخسر الدعاوى القضائية. وتبعا ذلك، جرت العادة تسوية العديد من قضايا القذف خارج المحكمة. ويأتي «القذف» بوصفه مسألة بعدية، أي يحدث القذف بعد النشر أو البث، إذ لا يمكن وفق النظرية الليبرالية وقف «القذف المحتمل» بشكل مسبق وإنما تتدخل الأطراف المتضررة بعد النشر أو البث. وإذا أشرنا إلى التجربة الأمريكية مثالا فقد حكمت المحكمة الدستورية العليا بأمريكا بعدم دستورية الرقابة المسبقة في القذف في أكثر من قضية. وتختلف قوانين البلدان الغربية في هذه الشأن إذ نجد مثلا أن القانون البريطاني يسمح للحكومة البريطانية - إذا علمت بوجود قصة خبرية تسيء بالقذف للعائلة الملكية - بإمر المؤسسة الإعلامية المعنية بعدم المضي قدما في نشر تلك القصة. ويمكن أيضا للحكومة البريطانية أيضا التماس أمر قضائي لوقف قصص خبرية يشتبه أنها تلحق الضرر بالأمن الوطني[76]. وعلى خلاف القوانين الغربية التي تدرج القذف في مجال القانون المدني، فإنه في العديد من البلدان العربية يدخل في مجال القانون الجنائي.

- ثانيا : الخصوصية

تعرف الخصوصية على أنها حق الفرد في أن يترك لحاله في شخصه وبيته وعائلته ومعلوماته الشخصية وغيرها من تلك لا يود الفرد أن تأتي إلى العلن عبر وسائل الإعلام لاعتبارات عدة. وتختلف الخصوصية من منظومة قيمية لأخرى ومن ثقافة لأخرى ومن فرد لآخر ومن حالة لأخرى. ويعد «البيت» (المسكن) المجال الأوضح الذي تتجلى فيه الخصوصية، وتبنت العديد من قوانين الخصوصية فكرة ارتباط الخصوصية بالمكان الذي

---

75 - نفس المرجع السابق.

76 -John Vivian, p. 473.

يتوقع فيه الفرد خصوصيته، أي بيته. فأخذ صورة الآخر في مكان عمومي قد لايخل بالخصوصية ولكن أخذ تلك الصورة في بيت صاحبها باستخدام كاميرا بعدسة خاصة تعد على الخصوصية. وقد سميت إحدى السور القرآنية التي تضمنت آيات الخصوصية سورة الحجرات نظرا لأهمية «البيت» في تحقيق هذه القيمة الانسانية الراقية : «**إِنَّ الَّذِينَ يُنَادُونَكَ مِن وَرَاءِ الْحُجُرَاتِ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ**»[77]. وجاء في تفسير القرطبي أن هؤلاء من «جملة قوم الغالب عليهم الجهل»[78]. ويمكن أن نفهم من ذلك أن هؤلاء لم يفهموا قدر الرسول صلى الله عليه وسلم بعدم احترام خصوصيته.

وقد عنى النص القرآني بشكل خاص بالخصوصية بوصفها جزء من فطرة الانسان وآلية لحفظ «كرامته» في علاقته مع الآخرين. ونقرأ ذلك في الآية «**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّىٰ تَسْتَأْنِسُوا وَتُسَلِّمُوا عَلَىٰ أَهْلِهَا**...» وتدل تلك الآية على أن «البيت» مكان الخصوصية. وقد سارت قوانين الخصوصية الحديثة في الغرب خاصة على هذا النهج واعتبرت «البيت» الحيز الأساس الذي يتوقعه الناس والمشرع ملاذا للخصوصية.

واجتماعيا، تختلف الثقافات في درجة وعيها بالخصوصية، فالثقافات الجماعية «التقليدية» تقلص من حيز الخصوصية وتعتبر حياة الفرد شأن جماعي بل وقد تنظر إلى سلوك «الخصوصية» ضرب من الأنانية وربما الاستعلاء، وربما اتخذت من قضايا الخصوصية مادة اجتماعية ومكونا في الاتصال الشخصي ومايترتب عن ذلك من «ازدهار» الإشاعة والتعدي عن خصوصية الآخرين. وكلما تطور المجتمع انفصل الفرد تدريجيا عن العقل الجماعي وما يسميه ابن خلدون بالعصبية البدوية أو ما يعتبره دوركايم بالضمير الجمعي وأصبح ذا نزعة فردانية ترسم حدود المسافة بينه والجماعة في شكل الخصوصية.

---

77 - الحجرات، 4.

78 - http://quran.al-islam.com/

وتشمل الخصوصية حق الفرد في أن يكون آمنا في نفسه وبيته وممتلكاته وأغراضه وأوراقه ومذكراته ومن التفتيش والحجز غير القانوني. ونجد هذا المعنى في حديث الرسول (صلى الله عليه وسلم) «كل المسلم على المسلم حرام : دمه وماله وعرضه»[79]. وإذا كان التفتيش والحجز ضرورة قصوى مثل القضايا الجنائية فيكون بناء على أدلة بينة وواضحة وأمر قضائي يحدد بدقة مكان هذا الإجراء وزمانه ومدته. وتفترض الخصوصية عدم التجاوز على الآخر أيا كانت الحالة، فالتعامل مع إجراءات التفتيس والحجز عندما تكون قانونية يكون بقدر دون تجاوز، وبمعنى آخر، يتعين أن يحدد الأمر القضائي المذكور مثلا الأشياء التي يتم تفتيشها بدقة حفاظا على أي تجاوز، وذلك ما يستنبط من حادثة التحية في قصة عائشة مع الرسول (صلى الله عليه وسلم) عندما أخبرها بأن الله سبحانه وتعالي يحب «الرفق» في كل شيء (حتى عندما يتعرض للشتم فيكون الرد بقدر). ويدخل في الخصوصية أيضا حياة الفرد الخاصة ونمط حياته وما يعد من الشأن الخاص بالضرورة أو بالتوقعات الثقافية السائدة. ويتنوع الأفراد بدروهم في درجة حساسيتهم للخصوصية، فالبعض خصوصي أكثر من الآخر لاعتبارات نفسية واجتماعية وقيمية متعددة.

ومعرفيا، فقد ذكر العالم الأكاديمي جاكيت (Dale Jacquette) أن مسألة الخصوصية تمس الفرد وحقه في الإعلام والاتصال من ثلاث جوانب على الأقل :

أ) أن الخصوصية شرطا ضروريا في تحقيق حرية التعبير. إن القيام بأي مشروع ثقافي أو اجتماعي أو سياسي أو حتى تجاري يتطلب بعض «السرية» في البداية والتي يصعب تحقيقها دون الخصوصية، وذلك ما نقرأه مثلا في حديث الرسول (صلى الله عليه وسلم) «استعينوا في قضاء حاجاتكم بالكتمان». وواضح أن غياب الخصوصية أو تقلصها يحد أو يخل بمبدأ الحرية (حرية التعبير، حرية التجمع، حرية النقد وحرية الصحافة) ويعرضها للرقابة المسبقة خاصة في الحالة السلطوية.

---

79 - الغزالي. أبوحامد. ص. 1073.

ب) أن الخصوصية حق في ذاته وجوهره احترام الفرد واستقلاليته : اعتبر العديد من منظري الأخلاقيات أن الخصوصية حق ذاتي (intrinsic) وليس وسائلي (instrumental). وتنبثق الخصوصية من احترام الآخر وما يتميز به من استقلالية وقدرة في إدارة حياته الخاصة بعيدا عن تدخل الآخرين عندما يختار ذلك. ويتوقف مجال الخصوصية على الفرد ذاته، أي أن الفرد صاحب الفصل في القضايا التي يود الحفاظ عليها شخصيا والأخرى التي يود إشراكها مع الآخرين. والأمر يختلف من شخص لآخر، فمن حق الفرد أن يدعو الصحفيين إلى تصويره في بيته مثلما يعد من حقه رفض ذلك، والكل يستحق الاحترام بناء على ذلك.

ت) أن الخصوصية تحدث السعادة وتجاوزها يحدث الألم لدى الفرد «المتضرر» أو الذي يعتقد أنه تضرر من نقل خصوصيته إلى العلن. يعد هذا العنصر مسألة نفسيه إذ يحتاج الفرد عادة إلى وقت خاص لا يكون فيه تحت محاسبة الآخرين ويتصرف بحرية بدون الخوف من ردة فعل الآخرين أو كيف يفكرون تجاهه. وعندما يتم تجاوز تلك الخصوصية مثل اقتحام بيت الشخص دون إذن مسبق، فإن ذلك الشخص «المتضرر» قد يشعر بأن شيئا يقدره قد سلب منه حتى وإن لم يكن هذا الشيء محل تقدير من الآخرين. فالعبرة بما يعتبره الشخص حيزه الخاص وليس بنظرة الآخرين التي تختلف من فرد آخر. وتعد الخصوصية خاصة حق الفرد إلى وقت خاص به بعيدا عن وقت العمل والصلة مع الآخرين من القضايا الأخلاقية «العليا» بحكم أنه لا يمكن تعويضها، فماذا يتبقى للفرد لو حرمه الآخرون من حقه في الزمن الخاص المحدود عندما يريد الانزواء أو الحديث مع النفس. يضاف إلى ذلك أن إحداث الألم النفسي أو انعكاساته بتجاوز خصوصية الآخر أمر غير أخلاقي بذاته بغض النظر عن طبيعة الخصوصية التي يختارها الفرد[80].

80 - Dale Jacquette, Journalistic .... pp. 179-184.

– ثالثا : الملكية الفكرية

تخص الملكية الفكرية حق الفرد في إنتاجه الفني الإبداعي سواء أكان في شكل نص أو صورة أو فيديو أو رسم أو موسيقى وغيرها من الأشكال التعبيرية المتنوعة. وقد ازدادت أهمية الملكية الفكرية مع ظهور الإعلام الرقمي حيث أصبحت السرقة الفكرية المباشرة وغير المباشرة «هينة» وأحيانا تتكرر تلك السرقات دون الارتباط ضرورة بمصدر العمل الفني الرئيس، فالسرقة تقوم على سرقة أخرى سابقة ويختفي المصدر في هذا السيل من النقل المتكرر. وهناك جدل في تعريف الملكية الفكرية في مجال الإعلام والمعارف الانسانية والاجتماعية بحكم أن وسائل الإعلام تنقل عن بعضها البعض إضافة إلى «التناص» الذي يحدث بين المعارف الانسانية محليا وعالميا، فتعبير «لا جديد تحت الشمس» مثلا موجود في أكثر من لغة دون الرجوع إلى أصله اليوناني، وقس على ذلك. وقد يكون التناص غير مباشر أو «مقصود» كما أوضحنا في نص سابق من أن «ديكارت» يكون قد اطلع واستفاد من تعبير الغزالي (أبوحامد) من «أن الشك أعلى مراحل اليقين» في تطوير نظرية «الشك» دون أن يشير إلى المصدر. وربما أمكن القول أن أي إبداع يحمل بعض السرقة من زاوية أن المبدع لا يبدأ من الصفر وإنما يتأثر بالآخرين وإن جزئيا. إن مسألة الملكية الفكرية «قيمية» أخلاقية بالدرجة الأولى. وقد سعت القوانين الحديثة في الغرب وبالأخص الأمريكية إلى ربط الملكية الفكرية بالتعبير (expression) وليس بالأفكار والحقائق. فالقوانين تلك تحمي أشكال التعبير بوصفها عملا إبداعيا، فالنص الإعلامي كالعمود يعد في حد ذاته شكلا تعبيريا إبداعيا يحميه قانون الملكية الفكرية، أما الفكرة التي يتناولها العمود والأحداث أو الأرقام الواردة فتخرج عن إطار تلك الحماية إذ أن يمكن أن يتناول الفكرة ذاتها أي صحفي آخر من منظور آخر. فالإبداع يحدث على مستوى التعبير عن الفكرة وليس الفكرة بذاتها. وفي نظريا، فإن هذا الحسم قانوني وليس بالضرورة أخلاقي. فالحسم القانوني مرده على ما يبدو صعوبة تحديد أصل الفكرة للتفاعل الحاصل بين البشر والثقافات خاصة مع

تطور تكنولوجيا الاتصال. أما الجانب الأخلاقي فمصدره الأمانة الشخصية والعلمية إذ يصعب الحديث عن فكرة «القابلية للاستعمار» دون الإشارة إلى مالك بن نبي أو «العصبية» دون ابن خلدون أو «المجال العام» دون هابرماس، الخ. وما يعلق بالمعلومات «الحيادية» أو «الجافة» إن صح هذا التعبير مثل الأحداث والبيانات فتدخل وفق تلك القوانين في «الاستخدام العام»، (public domain) ولا تندرج في إطار الحماية الفكرية. ويتم أيضا استثناء المواد المعرفية التي تستخدم لأغراض تعليمية أوتدريبية من الحماية الفكرية إذ يمكن تدريس تلك المواد دون إذن صاحبها في إطار مبدأ «الاستخدام المنصف» (fair use)، فيمكن مثلا تصوير نص إعلامي لغرض التدريب على كتابة النصوص الإخبارية «لأغراض تعليمية» ولكن لا يمكن نشر ذلك النص في مؤلف لأن ذلك يتضمن أغراضا تجارية تفقد حق صاحبه من الامتيازات المترتبة على النشر.

– رابعا : العنف والجنس

يعتبر موضوع «العنف والجنس» قديم جديد. فقد اتسم الترفيه في مجال السينما ابتداء من عشرينيات القرن الماضي والتلفزيون لاحقا بالطابع التجاري والتركيز عن النزعة «العدوانية» الغريزية في جذب الفئات الشابة، القطاع الأساس في هذه الصناعة. وقد اعتمد أرباب هذه الصناعة من شركات الانتاج السينمائي والاستديوهات والقاعات السينمائية على حجة «أن الجمهور يريد هكذا». ويوجد في واقع الجمهور ما يؤكد ذلك رغم أن الحجة يمكن أن تأتي بالمقلوب، أي أن الجمهور يريد ما تريده تلك الصناعة أو أن أذواق تلك الفئات الاجتماعية من نتاج التعرض المستمر وليس رغبة أصلية. وقد اختلفت المجتمعات في تعاملها مع هذه الظاهرة الاجتماعية «المرضية» (بفتح الحاء) أو «غير الوظيفية» إذا اكتفينا بافتراضات النظرية الوظيفية. وأكاديميا، كان دراسات «باين» في أمريكا أواخر العشرينيات من المحطات البارزة في معالجة أثر «الأفلام» على ثقافة المجتمع. وقد أظهرت تلك الدراسات التي شارك فيها باحثون من مختلف التخصصات ودامت سنوات أن العلاقة بين الأفلام والجمهور «معقدة» ويصعب الجزم في شأن طبيعة التأثير رغم إمكانية

تحديد بعض جوانب التأثير بدقة شديدة. وتلاها دراسات عديدة ومنها ما بادر بها الكونغرس الأمريكي ومعظمها لم تصل إلى إجابات حاسمة في شأن تلك العلاقة رغم ميلها إلى إبراز الآثار السلبية المحتملة. وتكمن جدلية هذا الموضوع في صعوبة تحديد الفاصل بين العنف «المشروع» مثلا كالدفاع عن النفس ولو رمزيا وقضايا الحروب والعنف غير الأخلاقي والفاصل بين الصورة المقبولة وغير المقبولة، رغم أن الصورة «الفاحشة» ثقافيا واضحة على حد قول بوتر (Potter Steward) قاضي المحكمة الدستورية العليا بأمريكا في قضية الفحش (obscenity) عندما قال «لا أستطيع تعريفها ولكن أعرفها عندما أراها» وهذه الفواصل تختلف بين الثقافات والفئات الاجتماعية والأفراد إضافة إلى التغير في درجة الحساسية والأذواق من جيل لآخر. ويمتد هذا الجدل إلى مجال الفنون أيضا.

ويعد التلفزيون أكثر الوسائل المعنية بالعنف والجنس بوصفه مجال عام ينفذ إلى كافة الشرائح الاجتماعية بما في ذلك الأقل حصانة مثل الأطفال. أما الوسائل الأخرى مثل الصحف والمجلات والإنترنت فيمكن للفرد فيها أن يمارسالانتقاء الإدراكي (selective perception) وبإمكانه نظريا على الأقل تجنب ما يعتبره منافيا لقيمه وثقافته وقناعاته. وبمعنى آخر، فإن التلفزيون رغم تعدد قنواته يتضمن بعض الإجبار إذ يصعب على الفرد أن يتجنب أويتوقع ما يبث بشكل إرادي على النحو الممكن في المجلة والإنترنت مثلا. وهذا العامل لوحده يفرض على التلفزويون مسؤولية اجتماعية وأخلاقية تخص احترام آداب المجتمع وقيمه وثقافته في هذا المجال. وقد اتخذت المجتمعات المختلفة إجراءات قانونية تحد من ظاهرة العنف والجنس في التلفزيون. فالقانون الأمريكي الإداري والتشريعي (أنظر الفصل عن التجربة الأمريكية) يفرض على القنوات التلفزيونية احترام آداب المجتمع وثقافة المجتمع الذي تتوجه إلبه هذه الوسائل, وتركت أمر تحديد المقصود بالآداب المقبولة اجتماعيا للمجتمع المحلي (community) الذي بإمكانه اتخاذ الإجراءات القانونية في شأن تلك المواد المخلة بالثقافة السائدة. وتقوم هيئة الاتصال الفدرالية (Federal Communication Commission) بمتابعة مدى امتثال القوات

التلفزونية لهذا الاعتبار عند إصدار التراخيص أو تجديدها كما أنها تحدد الزمن الذي لا يمكن فيه بث مواد العنف والجنس الجدلية حماية للأطفال من التعرض غير الإرادي. أما في المنطقة العربية والإسلامية فيعبر مجال التلفزيون وبالأخص البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية «مجالا سائبا» لا يخضع للمسوؤلوية الاجتماعية أو للانضباط القيمي أو لحكم القانون ومعظم ردة الفعل مجرد أصوات ليس لها التأثير الفعلي على أرض الواقع. وتمكن صعوبة تقنين هذا المجال كون البلد «المتلقي» لا يملك السلطة القانونية على قناة البلد «المرسل» إضافة إلى اعتبار المصالح الإقليمية والدولية المتداخلة التي تحول دون معالجة هذا المجال. أما القنوات الحكومية المحلية فانشغالها بمجال العنف والجنس «محدود» رغم أنها أقل إثارة من القنوات التلفزيوينة الترفيهية والتفاهية إن صح هذا التعبير، ولا يبدو أن تمتثل لقانون معين يحكم أداءها في المجال بقدر ما تلجأ إلى التقدير الذاتي أو بعض الرقابة الإدراية بدون إشارك أو مشاركة المجتمع المحلي الذي تنظر إليه بوصفه مجرد «متلقي». ويلاحظ أن البرلمانات في المنطقة العربية لم تسهم كثيرا في سن قوانين تشريعية تضبط الجانب الأخلاقي على الأقل على المستوى الذي اتسمت به التشريعات الغربية في حماية الذوق العام والشرائح الاجتماعية الأقل حصانة تبعا لذلك.

– خامسا : التهديد والابتزاز

ازدادت أهمية القضايا الجنائية مع ظهور شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي ويبدو أن مشاكل الناس في الواقع الاجتماعي انتقلت إلى الشبكة بدون رقيب يذكر. وتوجد على الأقل ثلاثة أنواع من جرائم الاتصال«الحديثة» على الشبكة :

أ) التهديد الإلكتروني المتابع (cyberstalking) : ويقصد بذلك عملية تتبع الشخص بوسائل تهدده في سمعته أو ممتلكاته أو حياته أوحياة أسرته لأسباب شخصية أو مرضية (بتفح الميم والراء). وقد تدوم هذه العملية شهورا أو سنوات إذا لم يتم القبض على الجاني.

ب) الابتزاز (cyber harassment) ويتعلق الأمر بالضغط والحيلة والتهديد «المبطن» لاستغلال الفرد لأهداف شخصية أو مادية أو انتقامية. وعادة ما يستغرق الابتزاز مدة

أقصر بالمقارنة. وج) ابتزاز الأطفال «القصر» (cypberbullying) ويقصد بذلك الإبتزاز الذي يقوم به الأطفال والمراهقين ضد الأطفال الأقل سنا أو ضعفا من أجل إحداث الضرر النفسي بهؤلاء إن لم يستجيبوا لأوامر تخدم مصالحهم. ولم تستطع العديد من الدول في المنطقة العربية والإسلامية مواقبة تطورات شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي قانونا، وعندما اشتغلت بذلك، انحازت إلى الشق السياسي دون غيره.

نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية
- رؤية قيمية -

إن الحديث عن أخلاق الإعلام بدون نظرية أخلاقية حضارية متميزة يحمل خللا معرفيا ومنهجيا يفقد تلك المفردات المضمون المعرفي الذي يولدها. وتستند معظم النظريات الأخلاقية «الكبرى» إلى فكرة الإلزام أو الواجب والتي بدونها تنتفي المسؤولية (الفردية والاجتماعية) وتصبح الأخلاق مجرد «كلام جميل» لا نجد له أثرا في الممارسة الإعلامية وحياة المجتمع. وقد بينا أن النظريات الأخلاقية، ذات الخلفية الدينية أو الفلسفية، باستثناء نظرية المنفعة[81]، تشترك في ربط الأخلاق بالطبيعة الانسانية وتفترقان في مسألة النظرة إلى الفرد و الإلزام والواجب والمصادر التي تحكم الممارسة الأخلاقية لدى الفرد والمجتمع. وقد سعت جهود نظرية الحتمية القيمية في الإعلام إلى نقل المسألة الأخلاقية الإعلامية في المنطقة العربية والإسلامية من المجال الدعوي (والفقهي) إلى المجال المعرفي الأكاديمي القائم على التحليل العقلاني بإبراز خصوصية المرجعية الحضارية والتفاعل الإيجابي مع الآخر (الغرب). وفي نظريا، فإن هناك تحدي حقيقي يواجه المسألة الأخلاقية الإعلامية في المنطقة العربية والإسلامية بفعل عوامل تاريخية وموضوعية. فقد نمت المسألة الأخلاقية (أو قل علم الأخلاق) عامة في المنطقة في سياق المدرسة الفقهية (أو قل المدارس الفقهية) التي تتفق على مصادر التشريع الأخلاقية الأساسية (أي كتاب الله والسنة النبوية)، وتتباين بعض الشيء في منزلة الاجماع والقياس ومقاصد الشريعة[82]. وهذا المجال الفقهي على أهميته المصيرية في حياة الأمة لم يحتك كثيرا بالمجال الأكاديمي المعرفي للعلوم الانسانية من جهة، ولم يجعل من الآخر (الغرب) موضوع دراسة أو تفاعل أو جدل مما جعل المجال يبدو

81 - إذ تعد من أضعف الفلسفات ولميلها إلى فكرة الغاية تبرر الوسيلة

82 - بالنسبة لمقاصد الشريعة، انظر بالإنجليزية
..... Abu Ishaq al-Shatibi, Principles of Jurisprudence: the Higher Objectives

تخصصا «منعزلا» و«منطويا». ومن ثم، تعد نظرية الحتمية القيمية في الإعلام إسهام في هذا المجال. وفي الإعلام، سعت نظرية الحتمية القيمية إلى ربط الرسالة بالقيمة ربطا ضروريا من جهة ثم مقاربة واقع الممارسة الإعلامية انطلاقا من تلك القيمة من جهة أخرى، أي أنها نظرية تجمع بين المعيارية والعلم، الأصل تاريخيا (إشارة إلى الجمع). وتعد هذه الدراسة استكمالا لذاك النهج بالتركيز هذه المرة على أخلاق الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية في ضوء النظريات الأخلاقية الغربية برؤية قيمية. ولعل الدراسات الإسلامية الحديثة في الغرب والمكتوبة باللغة الإنجليزية[83] بالأساس أكثر تطورا من زاوية إدخال الطرح الأكاديمي المعرفي في المسألة الأخلاقية من جهة والتفاعل مع الآخر (الغرب) من جهة وخاصة وأن العديد من هؤلاء الباحثين[84] من العارفين بأصول المسألة الأخلاقية في الفلسفة والأديان وذلك على الرغم من أن المسألة الأخلاقية في تلك الدراسات مازالت تدرس بشكل مستقل عن العلوم الانسانية الأخرى. ومن هنا تكمن أهمية جهود الحتمية القيمية في الإعلام خاصة في نقل موضوع الأخلاق (أو الأخلاقيات) إلى المجال الأكاديمي وذلك في سياق تأسيس نظرية أخلاقية فرعية في مجال أخلاق الإعلام متميزة حضاريا ومتفاعلة مع الآخر باسم نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية.

تتمثل إسهامات نظرية الحتمية القيمية في الإعلام في اعتبارها أن الإعلام ليس مجرد رسالة فحسب ولكنه رسالة أخلاقية قيمية وأن تخصص الإعلام والاتصال في أصله أخلاقي[85] بحكم انشغاله بالرسالة بجانب الوسيلة. إن ما أحدثته جهود نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من تأثير أشبه ما يكون «بثورة معرفية»[86] ولا غرابة أن يتساءل

83 -انظر مثلا:
.Ingrid Mattson, The Story of Quran, Wiley-Blackwell, UK, 2013

84 - منهم Sherman Jackson, Amina Wadud, Johathan Brown, Kacia Ali and Ingrid Mattson

85- وقد تم توجيه هذا الطرح في شكل سؤال إلى د. كليفورد كريستنز المتخصص في أخلاقيات الإعلام العالمية. أي فيما أوردناه من أن تخصص الإعلام في أصله أخلاقي أجاب بأنه يوافق هذه الرأي. انظر مجلة UoS News التي يصدرها طلبة برنامج الإعلام باللغة الإنجليزية، جامعة الشارقة، العدد1، يونيو 2014.

86 - سمير بني ياسين، صاحب مؤسس موقع مدرسة الحتمية القيمية الجديدة في الإعلام -http://valueme diaschool.com

المهتمون والدراسون «الأصيلون»[87] عن هذه الجهود الأكاديمية المعرفية لكونها غير مألوفة وحداثية، وذلك لا يعفيهم من جهة أخرى من التعامل لا محالة مع المسألة الأخلاقية في الإعلام. ورغم أن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام نظرية إعلامية أخرى إلى جانب النظريات الأخرى وجلها غربية إلا أنها تهتم بأخلاق الإعلام بحكم أن ارتباط الاخلاق بالقيمة مسألة طبيعية ونتيجة حتمية ومن ثم كان هذا الطرح الخاص بأخلاق الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية برؤية حضارية.

وفي هذا السياق، تأتي نظرية الواجب الأخلاقي بوصفها أداة ومرجعا في مواثيق الشرف وفي اتخاذ القرارات الأخلاقية في الممارسة الإعلامية. ويعني الواجب الأخلاقي في المطلق أن مسؤولية الإعلامي والمؤسسة الإعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى، وتأتي الاعتبارات الأخرى مثل العقلانية والاجتماعية والمنفعية الربحية «مكملة» بمستويات مختلفة عندما لا تتعارض مع المسؤولية الأخلاقية الأولى. وتعد نظرية الواجبات الضرورية لكانت ومفهوم الإلزام الإيجابي عند دراز من روافد نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية حيث تجمع نظرية الواجب الأخلاقي بين البعدين العقلاني والروحي وتسعى إلى ربط الممارسة الممارسة بالوعي الأخلاقي الفردي والمرجعية القيمية. وقد تبين في دراسة مقارنة بين الواجبات الضرورية عند «كانت» و الإلزام الإيجابي عن «دراز» الكثير من التوافق بين الطرحين في مفهوم الواجب، والطبيعة الانسانية، وإنسانية الإنسان، والتعامل مع الآخر بوصفه هدفا وليس وسيلة و«مملكة الغايات» والتركيز على الوعي الأخلاقي الفردي «المنفصل» عن التقاليد والمصلحة الشخصية الضيفة – رغم التباين بين الطرحين في مسألة المرونه في اتخاذ القرارات الأخلاقية ومكانة البعد الروحي في الأخلاق. وكان لهذه المقارنة الفلسفية أثرها في تنوير العناصر المتعددة في «نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية»[88].

87 - من التعبير الإنجليزي genuine أي الذي ينتقد للبناء وليس بنية مبيتة للهدم

88 - Abderrahmane Azzi, " Emmanuel Kant's Concept of Duty Vs. Draz's Concept of Positive Obligations (With Special Reference to Media Ethics," at https://www.youtube.com/watch?v=2yxIkqn4H10

وبشكل خاص تعني نظرية الواجب الأخلاقي في الإعلام :

1. أن المرجعية في أخلاق الإعلام حضارية مستمدة من المصادر التراثية ذات الأساس الديني بشكل عقلاني متجدد ذو الصبغة العالمية[89]. إن واقع أخلاق الإعلام (ومعظم مواثيقها) في المنطقة العربية والإسلامية يخلو غالبا من مرجعية المصدر والتجديد ومن ثم تأتي مفرداتها في الغالب في شكل عموميات دون لون واضح يطبعها. واضح أن مصدر القيمة المعتقد ويتضمن الفطرة ويشملها (أو الطبيعة الانسانية) «**فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَٰلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ**»[90]. و«ما من مولود إلا يولد على الفطرة[91]». وقد عبر العالم محمد دراز[92] عن ذلك بمفردات بالغة : «إن التمييز بين الخير والشر هو إلهام داخلي مركوز في النفس البشرية قبل أن يكون شرعة سماوية، وبأن الفضيلة في نهاية المطاف إنما تتخذ مرقاتها من طبيعتها الخاصة ومن قيمتها الذاتية وأن العقل والوحي - على هذا - ليسا سوى ضوء هاد، مزدوج، لموضوع واحد، وترجمته مزدوجة، لواقع واحد أصيل، تمتد جذوره في أعماق الأشيا»[93]. وبما أن تلك الفطرة صعب وصولها وتكون قد تشوهت بفعل الضحالة في الممارسة الأخلاقية والظروف الخارجية، فكان الهدي في الرسائل السماوية. إن القيم الأخلاقية في النص القرآني أشمل وأوسع وهي «السمة البارزة» «إن لم تكن أثمن سماته». فالنص القرآني، يقول محمد دراز «ومن حيث كونه حافظا لما سبقه، واستمرارا له - قد تميز عنه بذلك الامتداد الرحب الذي ضم فيه جوهر القانون الأخلاقي

89 - وانطلاقا من مبدأ حوار الأديان في إعطاء الفرد معنى في الحياة بأبعدها المادية والروحية فإن فرص تطور أخلاق الإعلام العالمية تزداد ومن ذلك جهود الحتمية القيمية في الإعلام وجهود « كليفورد كريستنز» الخاصة بالقيم الإعلامية التي تقدس حياة الانسان (proto-norms) وتبحث عن العدل والكرامة الانسانية والسلم الاجتماعي و«العقل العالمي» المحتضن للآخر المتنوع.

90 - الروم الآية 30.

91 - صحيح البخاري، مكتبة الصفاء، القاهرة، 2003، ص. 297

92 - لمقارنة مفهوم الإلزام عند محمد دراز ونظرية الواجبات الضرورية لكانت، انظر دراستنا بالإنجليزية :
Dr. Abderrahmane Azzi, "Kant's Categorical Imperatives Vs. Darraz's Conception of Obligation: An Epistemological Cross-Cultural Comparison," under publication.

93 - محمد دراز، دستور الأخلاق في القرآن الكريم ، نسخة إلكترونية ، ص. 16

كله»[94]. ويضيف «ليس يكفي القول أنها (أي أخلاق القرآن) حافظت على تراث الأسلاف ودعمته، وإنما وفقت بين الآراء المختلفة التي فرقت أخلاقهم»[95]. ويصف هذا الكمال في البناء والدلالة بقوله : «الأخلاق القرآنية دفعت ذلك البناء المقدس وجملته حين ضمت إليه فصولا كاملة الجدة، رائعة التقدم، ضمت إلى الأبد العمل الأخلاقي»[96]. إن مجال القيم والأخلاق في النص القرآن بحر لا ساحل له. وإذا كانت الفلسفة قد انشغلت بعدد محدود من القيم الأخلاقية مثل العدل والشجاعة وغيرها وكان مضمونها محصورا ومركزا على المنهجية دون المبدأ بالضرورة فإن مجالها في النص القرآني[97] رحب بدون حدود. وقد بينا في دراستنا عن نظرية أسماء الله الحسنى[98] أن القيم في هذه النظرية فقط بعدد أسماء الله الحسنى المعروفة وغير المعروفة. وإذا ما حصرنا القيمة في الناحية المنهجية بالصيغة الفلسفية، فإننا نجد المنهجية في النظرة القيمية مركبة في الوصول إلى القيمة. فأحيانا تكون القيمة الأخلاقية «في منتصف الطريق بين المجرد (الغامض المبهم) والحسي (المفرط في الشكلية)» فيتطلب الأمر «تكييف ومواءمة ينبغي أن يتما بوساطة جهد راشد، بعيدا عن الإرخاء، وعن الغلواء، التي لا ضابط لهما». وأحيانا تكون جمع بين النقيضين على نحو «لطف في حزم وتقدم في ثبات وتنوع في وحدة، وخضوع في حرية ويسر في مجاهدة ومبادرة في استمرار، الخ»[99].

2. تتنوع نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عن غيرها في أنها تعتبر أن مصدر القيمة ديني في الأصل غير أن تناولها **يكون بالتأويل العقلاني الواعي المتجدد**، أي أن مرجعية التأويل المذكور سبيلا حتميا في الممارسة الأخلاقية. وبدون هذا الوسيط التأويلي

---

94 - نفس المرجع . ص. 8.

95 - نفس المرجع. ص. 9.

96 - نفس المرجع السابق

97 - للتوضيح وليس للمقارنة

98 - بالعربية: د. عبد الرحمن عزي. «أخلاقيات الإعلامية في الرؤية النورسية النورانية. مرجع سبق ذكره. وبالإنجليزية

Dr. Abderrahmane Azzi, The Morality of Journalism Ethics: Readings in Nursi's Theory .....

99 - 10 .

العقلاني والممارسة الأخلاقية تنسحب القيمة إلى التقاليد وذلك هو حال القيم المعطلة (بتعبير مالك بن نبي يرحمه الله) في المنطقة العربية والإسلامية.

3. تختلف الأخلاق القيمية عن النظريات الأخرى **في النظرة إلى طبيعة الفرد**، إذ تنظر تلك النظريات إلى الفرد بوصفه كيانا عقلانيا مصغرا ومستقلا عن محيطه (أيا كان) دون الجانب الروحي الذي يعد الأنا العلوي في توجيه الممارسة الأخلاقية. أن المرجعية العقلانية البحتة في معالجة المسألة الأخلاقية تتضمن خللا معرفيا مبنيا يتجلى في عدم القدرة على تحديد أو «الحسم» في الفصل بين الأخلاقي من دونه، أي الفرق بين الخير والشر وبين «الكائن» و«ما ينبغي أن يكون». وأدى هذا «الإخفاق» إلى التخلي عن هذه المعادلة وتحويل المسألة الأخلاقية إلى ضمير الفرد أحيانا أو إلى مجال النسبية أحيانا أخرى، أي أن لكل فرد أو ثقافة رؤية وآلية في تحديد المسألة الأخلاقية محليا، مما يعنى عدم وجود مرجعية شاملة تسري على كل الأفراد والمجتمعات وفي شتى الظروف والحالات. وتعبير آخر، فإن المرجعية في معرفة الأخلاقي وغير الأخلاقي التفكير العقلاني المحض والتقاليد المكانية المختلفة. ويتم نتيجة ذلك إقصاء «المخزون الأخلاقي القيمي» الواسع والشامل الذي تحتويه الأديان في الثوابت والمتغيرات. فالطرح العقلاني البحت والنسبية إنما يؤثر على «جانب واحد من النفس: الجانب العقلاني البحت». إن منزلة الفرد في النظرية الأخلاقية القيمية عالية ومتكاملة «**وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُم مِّنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَىٰ كَثِيرٍ مِّمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا**»[100]. ويتوجه النص القيمي «إلى النفس بأكملها فهو يقدم إليها غذاء كاملا يستمد منه العقل والقلب، كلاهما نصيبا متساويا»[101]. وقد عبر النورسي (بديع الزمان) عن مركزية الانسان في الكون بقوله أن أسماء الله الحسنى تتجلى في الإنسان بوصفه «خليفة الله في الأرض، وأنه «فهرس الكون». يقول النورسي «إن الإنسان يمثل أعظم مقصد من

---

100 - الإسراء، 70.

101 - محمد دراز، ص. 14

المقاصد الإلهية في الكون، وهو المؤهل لإدراك الخطاب الربانية قد اختار سبحانه من بين مخلوقاته، واصطفى من بين الإنسان المكرم من هو أكمل وأفضل وأعظم إنسان بأعماله وآثاره الكاملة، ليكون موضع خطابه الجليل باسم النوع الإنساني كافة، بل باسم الكائنات جميعا»[102]. فالإنسان في نظره «فهرس مصغر للكون بما يملك من صفات جامعة فتجليات الأسماء الإلهية في الكون نراها في الإنسان بمقياس مصغر»[103].

4. أن الواجب الأخلاقي يعني أن يكون **الدافع الأساس في فعل الانسان ارتباط ذلك الفعل بالقيمة**. وفي الحديث «لا يؤمن أحدكم حتى يكون هواه تبعا لما جئت به»[104]. ويعنى ذلك أن ينطلق الانسان من المبادئ في الحالات المختلفة، وبدون ذلك قد يدخل الفعل في الاعتباطية والعبثية «**أَفَحَسِبْتُمْ أَنَّمَا خَلَقْنَاكُمْ عَبَثًا**»[105]. ويتطلب الأمر أن يكون الفرد كائنا أخلاقيا بالدرجة الأولى، أي يستحضر المبادئ في كل ممارساته، وإن غفل تذكر الله فعاد إلى إدراكه وتعلق بتلك المبادئ مرة أخرى. وإعلاميا، يتعين على الصحفي (والمؤسسة الإعلامية) أن يسأل نفسه دائما، هل ما أكتبه أو أصوره أو أغطيه أو أذيعه أو أنشره أخلاقي ؟ هل ما أنتجه يضر أحدا من المعنيين بالحدث أو الجمهور المتلقي ؟ هل ما أنتجه يضع الآخرين في موقف سلبي من دون حق ؟ هل ما أنتجه دقيق وموثوق فيه ؟ هل ما أنتجه لا يشوه الحقائق ؟ هل ما أنتجه يتم عن حسن نية ؟ هل هناك مصلحة شخصية أنانية فيما أنتجه مثل البحث عن الضوء والشهرة والإثارة ؟ هل ما أنتجه يفيد الآخرين ؟ هل ما أنتجه يخفف الضرر عن الآخرين ؟ إن الكثير القرارات في الممارسة الإعلامية عادة ما تكون نتيجة رد فعل سريع أو متسرع وليس نتيجة تأمل وتفكير في تقديم إجابة أخلاقية متأنية، الأمر الذي يعيدنا إلى الأسئلة الجوهرية المذكورة.

---

102 - بديع الزمان النورسي. سيرة ذاتية: كليات رسائل النور. إعداد و ترجمة إحسان قاسم الصالحي. دار النيل للطباعة و النشر. استانبول. تركيا. 2008. ص. 498.

103 - ن. م. س. ص. 29.

104 - موسوعة النابلسي. الصفحة الإلكترونية (حديث حسن في كتاب الحجة بإسناد صحيح)

105 - المؤمنون. 115.

5. أن الواجب الأخلاقي في أسمى مراتبه تجاه الخالق سبحانه **ويعد هذا الواجب الأساس الذي تتفرع منه الواجبات الأخرى** (الواجب تجاه المؤسسة والجمهور والمجتمع والوطن، الخ). ويعد هذا الواجب أمر ذاتيا يبتغي فيه الفرد مرضاة الله سبحانه ويأتي من قناعة داخلية ولا يحتاج إلى مراقبة أو توفر التشريعات (وإن كانت ضرورية في المجتمع المعاصر). وإعلاميا، يعني ذلك أن يرتقي الصحفي بأدائه ويلمس الحقائق ومن ذلك مخاطبة الناس بالحسنى، «**وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا**»[106]، والتأكد من المعلومة «**وَلاَ تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ**»[107]. وتجنب ما يدخل في باب الافتراء والقذف والإشاعة وإثارة النعرات «**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا**»[108]، الخ. وعندما يجد الصحفي (والمؤسسة) نفسه في مواجهة مسألة جدلية أو شائكة، فإنه يكون مع خالقه وحيدا في هذه الحالة و عليه أن يتقي الله فيما يقوم به خاصة وأنه في مجال عام يمس الآخرين إن بالنفع أو الضرر.

6. أن الواجب الأخلاقي **يتوزع بمستويات مختلفة وفق موقع كل طرف من المسألة الأخلاقية**. وفي الإعلام، تقع هذه المسؤولية على الفرد الصحفي بوصف ذلك «واجبا اخلاقيا»، فواجب الصحفي تجاه خالقه أن يؤدي دوره على مستواه في البحث النزيه عن الحقيقة وعدم الإساءة للآخر أو التعدي على الخصوصية الفردية أو تغذية الانقسامات إضافة إلى استبعاد المصلحة الشخصية الضيقة في البحث عن الشهرة والامتيازات المادية بحكم المنصب، الخ. ولما كان الفرد (الصحفي) حلقة «أولية» في سياق العمل بمؤسسات إعلامية كبرى، خاصة أو حكومية، فإن الواجب الأخلاقي لتلك المؤسسات تكون بنفس القدر من القوة والتأثير بحكم قدرة تلك المؤسسات على اتخاذ القرارات الأخلاقية «القيمية» بسياساتها في الممارسة الإعلامية. ولو فرضنا أن صحفيا قام بإجراء تحقيق عن قيام مؤسسة صناعية بتلويث البيئة وحدث أن تلك المؤسسة الصناعية من

106 - البقرة، 83 .

107 - الإسراء، 36.

108 - الحجرات، 12.

المعلنين الأساسين في المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها الصحفي (الفرد) فإن الواجب الأخلاقي للمؤسسة الإعلامية أكبر بالمقارنة (مع واجب الصحفي) في نشر التحقيق من عدمه. ويكون الواجب الأخلاقي في هذه الحالة في حدود «الممكن» وليس في حدود ما ينبغي بالمطلق. وفي الحديث : «من رأي منكم منكرا فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، وإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان». وإذا ما حدث هناك تعارض بين الموقف الأخلاقي للصحفي وموقف مؤسسته «المناقض»، فقد دلت التجربة التاريخية في الإعلام أن الصحفي عادة ما يقوم بالحد الأدنى الممكن التي تمليه عليه مبادئه أو يتخلى عن تلك المؤسسة بالمرة.

7. أن الواجب الأخلاقي أمر قائم في شتى الظروف والحالات **وقابل التعميم في الزمان والمكان.** ويندرج ذلك في سياق نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من جانب أولوية القيمي على «الوضعي» والذي كثيرا ما يكون مشوها بفعل ابتعاده عن القيمة. ويدخل في ذلك إضفاء صبغة الانسانية على الآخر، أي التعامل مع إنسانية الآخر بوصف تلك الانسانية صفة مشتركة بين الجميع «**وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ**»[109]. ويترتب عن ذلك فيما يخصنا احترام جمهور الوسائل الإعلامية بتقديم المادة الإعلامية التي تقدر من قيمته وترفع من شأنه إذ أن من وظائف الإعلام التي تقترحها نظرية الحتمية القيمية في الإعلام قدرة الإعلام على إضافة القيم للآخرين بحيث يصبح هؤلاء أكثر قيمة لأنفسهم وللآخرين.

أولا : المبادئ الأساسية في نظرية الواجب الأخلاقي

تقوم نظرية الواجب الأخلاقي على أربعة مبادئ أساسية تتفرع بدورها إلى مجالات فرعية تستوعب المستجد في الممارسة الإعلامية عبر الزمان والمكان. وتسمح هذه المبادئ بالارتقاء بالممارسة الإعلامية ومن الارتقاء بالمجتمع من الناحية المعرفية والحضارية.

---

109 - الأنبياء، 107.

المبدأ الأول : منع الضرر على الآخرين. ويعني ذلك أن يمتنع الممارس والمؤسسة الإعلامية عن إحداث الضرر بالآخر (أو بالآخرين) بحكم أن هذا المبدأ يمثل أعلى مستويات القيمة الأخلاقية. ويشمل ذلك على سبيل المثال لا الحصر عدم القذف والسب والشتم والتعدي على الخصوصية الفردية والسرقة الأدبية ووضع الآخر في موقف سلبي والإهانة الإساءة إلى كرامة الانسان وتجاهله وإقصائه ونشر الأكاذيب والمغالطات والتضليل والدعاية ومخاطبة الغرائز. وينطلق هذه المبدأ من الرؤية القيمية (والوعي الداخلي) للإنسان بوصفه كائنا متميزا مستقلا وذا كرامة وحرية تتجسد فيه ومن خلاله إنسانية الإنسان بغض النظر على التنوع في الانتماءات الثقافية والاجتماعية والعرقية والدينية.

ونجد مبدأ «التعلق بالقيمية من خلال تجنب ما يعارضها»، أي منع الضرر، حاضرا في العديد من الأديان والفلسفات. ويتضمن النص القرآني بنية سردية عميقة من نوع «ولا». ويمكن قراءة أكثر من محور في هذا السرد من مثل :

الإيمان بالابتعاد عن الشرك : «**وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِّن دُونِ اللَّـهِ**»[110]، «**وَلَا تَكُونُوا أَوَّلَ كَافِرٍ بِهِ وَلَا تَشْتَرُوا بِآيَاتِي ثَمَنًا قَلِيلًا**»[111]، «**وَلَا تَكْفُرُونِ**»، «**وَلَا تَدْعُ مِن دُونِ اللَّـهِ مَا لَا يَنفَعُكَ وَلَا يَضُرُّكَ فَإِن فَعَلْتَ فَإِنَّكَ إِذًا مِّنَ الظَّالِمِينَ**»[112].

الحفاظ على حياة الآخر بالإمتناع عن القتل : «**وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّـهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا**»[113]، «**وَلَا تَقْتُلُوا أَوْلَادَكُم مِّنْ إِمْلَاقٍ نَّحْنُ نَرْزُقُكُمْ وَإِيَّاهُمْ وَلَا تَقْرَبُوا الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَنَ وَلَا تَقْتُلُوا النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّـهُ إِلَّا بِالْحَقِّ**»[114]، «**وَلَا تُقَاتِلُوهُمْ عِندَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ حَتَّىٰ يُقَاتِلُوكُمْ فِيهِ**»[115]، «**وَلَا تَقْتُلُوا أَوْلَادَكُمْ خَشْيَةَ إِمْلَاقٍ نَّحْنُ**

110 - آل عمران، 64.

111 - البقرة، 41.

112 - يونس، 106.

113 - النساء، 29.

11 - الأنعام، 151.

1 - البقرة، 191.

نَرْزُقُهُمْ وَإِيَّاكُمْ»[116] ، «وَلاَ تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا»[117]. الإصلاح بتجنب الإفساد : «وَلاَ تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلاَحِهَا»[118] ، «وَلاَ تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ»[119] ، «وَلاَ تَتَّبِعْ سَبِيلَ الْمُفْسِدِينَ»[120] ، «العدل بعدم الظلم» : «لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ»[121] ، «وَلاَ تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ»[122] ، «وَلَا تَطْغَوْا»[123] ، «وَلَا تَرْكَنُوا إِلَى الَّذِينَ ظَلَمُوا»[124] ، الصدق بتجنب الافتراء : «وَلاَ تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَٰذَا حَلَالٌ وَهَٰذَا حَرَامٌ لِّتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ»[125] ، «وَلاَ تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا»[126]. التعاون بتجب العدوان : «وَلاَ تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لاَ يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ»[127] ، «وَلاَ تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ»[128] ، «وَلَا تَجْعَلْ فِي قُلُوبِنَا غِلًّا لِّلَّذِينَ آمَنُوا رَبَّنَا إِنَّكَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ»[129] ، «وَلاَ تَنَازَعُوا فَتَفْشَلُوا وَتَذْهَبَ رِيحُكُمْ»[130]. اتباع الحق بتجنب الأهواء : «وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ»[131] ، «وَلاَ

---

116 - الإسراء 31.

117 - النساء 29.

118 - الأعراف 56

119 - الأعراف 74.

120 - الأعراف. 142.

121 - البقرة 279.

122 - الأعراف. 85.

123 - هود 112.

124 - هود 113

125 - النحل 116.

126 - الإسراء 36.

127 - البقرة 190.

128 - المائدة 2

129 - الحشر 10.

130 - الأنفال 46.

131 - المائدة 48.

تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ»[132]، «وَلاَ تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَن سَبِيلِهِ»[133]. الحفاظ على الآخر وخصوصيته بعدم الغيبة والنميمة: «وَلاَ تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا»[134]. الاعتدال بتجنب الغلو: «وَلاَ تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ»[135]، «وَلاَ تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلاَ تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ»[136]، «وَلاَ تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا»[137]، «وَلاَ تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا»[138]، «وَلاَ تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَن تَخْرِقَ الْأَرْضَ وَلَن تَبْلُغَ الْجِبَالَ طُولًا»[139]. الوقار بعدم رفع الصوت: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَرْفَعُوا أَصْوَاتَكُمْ فَوْقَ صَوْتِ النَّبِيِّ وَلَا تَجْهَرُوا لَهُ بِالْقَوْلِ كَجَهْرِ بَعْضِكُمْ لِبَعْضٍ أَن تَحْبَطَ أَعْمَالُكُمْ وَأَنتُمْ لَا تَشْعُرُونَ»[140]. الرفق بالوالدين بعدم الإساءة لهما: «فَلَا تَقُل لَّهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا»[141]. الوحدة بعدم التفرق: «وَلاَ تَفَرَّقُوا»[142]، «وَلاَ تَكُونُوا كَالَّذِينَ تَفَرَّقُوا وَاخْتَلَفُوا مِن بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْبَيِّنَاتُ»[143]. الثقة في الله بالابتعاد عن المنهيات: «وَلاَ تَقْرَبَا هَٰذِهِ الشَّجَرَةَ فَتَكُونَا مِنَ الظَّالِمِينَ»[144]. التحلي بالإرادة والتفكير الإيجابي بتفادي الوهن والحزن: «وَلاَ تَهِنُوا

---

132 - البقرة، 42.

133 - الأنعام، 153.

134 - الحجرات 12.

135 - الأنعام، 141.

136 - لقمان، 18.

137 - الإسراء، 26.

138 - الإسراء، 29.

139 - الإسراء 37.

140 - الحجرات 2.

141 - الإسراء 23

142 - آل عمران، 103.

143 - آل عمران، 105.

144 - البقرة، 35.

وَلَا تَحْزَنُوا» [145]. رد الجميل بعدم النسيان : «**وَلَا تَنسَوُا الْفَضْلَ بَيْنَكُمْ**» [146]. ابتغاء المال الحلال بتجنب المال الحرام : «**وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ**» [147]، «**وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ**» [148]، «**لَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ**» [149]. اتباع سبيل الرشاد بتجنب الخصومة : «**وَلَا تَكُن لِّلْخَائِنِينَ خَصِيمًا**» [150].

ويضاف إلى ذلك أبواب أخرى متفاعلة مع المبدأ ذاته : «**وَلَا تَكُن مِّنَ الْغَافِلِينَ**» [151]، «**وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِن دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ**» [152]، «**وَلَا تَأْكُلُوا مِمَّا لَمْ يُذْكَرِ اسْمُ اللَّهِ عَلَيْهِ**» [153]، «**وَلَا تَشْتَرُوا بِآيَاتِي ثَمَنًا قَلِيلًا**» [154]، «**وَلَا تَقُولُوا لِمَن يُقْتَلُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَمْوَاتٌ بَلْ أَحْيَاءٌ وَلَٰكِن لَّا تَشْعُرُونَ**» [155]، «**وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ**» [156]، «**وَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنتُم مُّسْلِمُونَ**» [157]، «**وَلَا تَقُولُوا لِمَنْ أَلْقَىٰ إِلَيْكُمُ السَّلَامَ لَسْتَ مُؤْمِنًا**» [158]، «**وَلَا تُسْأَلُ عَنْ أَصْحَابِ الْجَحِيمِ**» [159]، «**لَا تَنكِحُوا مَا نَكَحَ**

145- البقرة، 39.

146- البقرة، 237.

147- الأنعام 152.

148- البقرة 188.

149- النساء، 5.

150- النساء، 105.

151- الأعراف، 205.

152- الأنعام، 108.

153- الأنعام، 121.

154- المائدة، 44.

155- البقرة، 154.

156- البقرة، 283.

157- آل عمران، 102.

158- النساء، 94.

159- البقرة، 119.

آبَاؤُكُم مِّنَ النِّسَاءِ إِلَّا مَا قَدْ سَلَفَ»[160]، «وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ»[161]، «وَلَا تَجْعَلُوا اللَّهَ عُرْضَةً لِّأَيْمَانِكُمْ»[162]، «وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ»[163]، «وَلَا تَتَّخِذُوا آيَاتِ اللَّهِ هُزُوًا»[164]، «وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ»[165]، «وَلَا يَحْزُنكَ الَّذِينَ يُسَارِعُونَ فِي الْكُفْرِ»[166]، «وَلَا تَيْأَسُوا مِن رَّوْحِ اللَّهِ»[167]، «وَلَا تُخْزُونِ»[168]، «وَلَا تَنقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا»[169]، «وَلَا تَجْهَرْ بِصَلَاتِكَ وَلَا تُخَافِتْ بِهَا وَابْتَغِ بَيْنَ ذَٰلِكَ سَبِيلًا»[170]، «وَلَا تَقُولَنَّ لِشَيْءٍ إِنِّي فَاعِلٌ ذَٰلِكَ غَدًا»[171]، «وَلَا تُطِعْ مَنْ أَغْفَلْنَا قَلْبَهُ عَن ذِكْرِنَا وَاتَّبَعَ هَوَاهُ وَكَانَ أَمْرُهُ فُرُطًا»[172]، «وَلَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِّنْهُمْ زَهْرَةَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا لِنَفْتِنَهُمْ فِيهِ وَرِزْقُ رَبِّكَ خَيْرٌ وَأَبْقَىٰ»[173]، «وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا»[174]، «وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ»[175]، «فَلَا تَغُرَّنَّكُمُ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا وَلَا يَغُرَّنَّكُم

160- النساء, 22.

161- البقرة, 267.

162- البقرة, 224.

163- البقرة, 195.

164- البقرة, 231.

165- النساء, 32.

166- آل عمران, 176.

167- يوسف, 87.

168- لحجر, 69.

169- النحل, 91.

170- الإسراء, 110.

171- الكهف, 23.

172- الكهف, 28

173- طه, 131.

174- القصص, 77.

175- العنكبوت, 46.

بِاللَّـهِ الْغَـرُورُ»[176]، «وَلاَ تَبَـرَّجْـنَ تَبَـرُّجَ الْجَاهِلِيَّـةِ الأُولَـى»[177]، «وَلَا تَكُونُـوا كَالَّذِيـنَ نَسُـوا اللَّـهَ فَأَنسَـاهُمْ أَنفُسَـهُمْ أُولَـئِكَ هُـمُ الْفَاسِقُونَ»[178]، الخ.

المبدأ الثاني : إضفاء قيم إضافية على الآخر. ويدخل هذا المبدأ في مهام الإعلام من حيث الإسهام في ترقية المجتمع إعلاميا وحضاريا. ويعني ذلك أن تكون الرسالة أخلاقية بأبعادها المعلوماتية والمعرفية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والرياضية والجمالية، الخ. فتكون القيمة محركا أساسيا وفروع الحياة المختلفة والمتنوعة تجسيدا لها بحيث يخرج المتلقي من التجربة الإعلامية أرقى وأكثر قدرة على التأثير إيجابيا على محيطه.

المبدأ الثالث : تقديم العون للمتضرر والمحتاج : ويعني ذلك الإنصات إلى أصوات «المتضرر والمظلوم والمحتاج والمنكوب والمستغيث» في أوقات السلم والحروب بوصف ذلك مسؤلية إعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى. ويمكن أن يتجسد هذا المبدأ في العديد من القوالب الإعلامية من تغطية وتحقيق واستقصاء وتقرير ورأي...

المبدأ الرابع : ممارسة النقد البناء بالتي هي أحسن : إن النقد عندما يكون بناء ولا يتضمن هدما للآخر يعد مسؤولية أخلاقية في الممارسة الإعلامية ذلك أنه يسهم في التعرف على أوجه القصور والإغفال والتجاوز في مجالات الحياة المتعددة، وتكون طريقة النقد في هذا الطرح أهم من النقد ذاته على اعتبار أن الهدف هو الإصلاح دون التضحية بالآخر، أي أن يخرج «الجميع» كاسبا من هذه العملية الاعلامية الأخلاقية الهادفة كلما كان ذلك ممكنا...

ثانيا : قيم الممارسة الإعلامية في نظرية الواجب الأخلاقي

إن قيم الممارسة الإعلامية المتداولة على أهميتها وتطورها في التجربة الغربية خاصة تخلو كثيرا من الخلفية المعرفية وعلاقتها بالنظرية الأخلاقية. وقد سعينا إلى تأسيس عد

176- لقمان. 33.

177- الأحزاب. 33.

178- الحشر. 19

من هذا القيم معرفيا باعتماد نظرية أسماء الله الحسنى للنورسي حيث تم الربط بين المفهوم وخلفياته اللغوية والقيمية بوصفها يعكس في تجلياته اسما من أسماء الله الحسنى. وفي مجال الممارسة الإعلامية بالذات، فإن حظ المرسل من تجليات اسماء الله الحسنى متعددة، و قد أدرجنا في هذه الدراسة ستة أخلاقيات «موصولة» بالخالق سبحانه يمكن أن تمثل مرجعا معرفيا للمارس والمؤسسة الإعلامية على النحو التالي :

1. **الايمان** : إن من صفات المرسل الايمان (من اسم الله عز وجل المؤمن)، وقد أبرز النورسي «أن أسمى غاية للخلق وأعظم نتيجة للفطرة : الايمان بالله سبحانه، وأعلى مرتبة للانسانية وأفضل مقام للبشرية هو معرفة الله تعالى، وأزهى سعادة للإنس والجن وأحلى نعمة هي محبة الله تعالى، وأصفى سرور لروح الانسان، وأنقى بهجة لقلبه هو : اللذة الروحية»[179]، واسم (المؤمن)[180] يتجلى في الايمان بالله الذي يعد منبع القيمة، ومثلما يذكر النورسي «أنه بالإيمان تزداد قيمة الانسان إلى أن تصير الجنة ثمنه، وتكون الخلافة رتبته، ويطيق حمل الأمانة. إن الإيمان إكسير يقلب فحم المادة الفانية ألماسا مصنعا مرصعا باقيا بمعناه بنسبته إلى الصانع الباقي، والانسان بالكفر يعكس فينتكس»[181].

2. **البحث عن الحقيقة** : إن من مهام المرسل (بكسرالسين) البحث عن الحقيقة (من اسم الله تعالى الحق)[182]، وهذه المهمة لا شك أنها نبيلة وشاقة (إذ يعرف أن الصحافة مهنة المتاعب). وقد ورد عن النورسي «إن الانسان بسبب جوهره العالي، وماهيته المكرمة إنما يدور خلف الحق والحقيقة... و إنما يقع الباطل والضلال بسبب التغافل عن النظام الذي هو خيط الحكم»[183]، وعندئذ فإن غايات الانسان، على حد

179 - زياد الدغامين. ص. 27.

180 - قد جاء منسوبا إلى الله تبارك وتعالى في القرآن مرة واحدة في سورة الحشر في قوله تعالى (هو الله الذي لا اله إلا هو الملك القدوس السلام المؤمن المهيمن العزيز الجبار المتكبر سبحان الله عما يشركون).

181 - زياد الدغامين. ص. 36

182 - ووصف الحق لا يتحلى به أحد من الخلق إلا على سبيل الصفة المؤقتة

183 - الغزالي، أبو حامد. المقصد... ص. 28.

قول النورسي، «فتح الكنوز المخفية للأسماء الإلهية الحسنى بمفاتيح الأجهزة المودعة في الفطرة، ومعرفة الله جل وعلا بتلك الأسماء الحسنى»[184]، «وإعلان ما ركب في الانسان من الأسماء الحسنى من لطائف تجلياتها وبدائع صنعتها»[185].

3. الاتزان : وذلك تجلي من اسم الله تعالى «العدل» على النحو الذي أورده النورسي. وحظ المرسل في ذلك استخدام ميزان الحق في موازنة الظواهر حتى عندما تكون متدافعة متناقضة بقدر الممكن. ويدخل في ذلك معاني فرعية متعددة كأن يكون وسطا بين طرفي الإفراط والتفريط ويحترز عن التهور الذي هو الإفراط، والجبن الذي هو التفريط، ويبقى على الوسط الذي هو الشجاعة، الخ. «وكذلك جعلناكم أمة وسطا لتكونوا شهداء على الناس».

4. الصدق : إن من الأخلاقيات التي يتعين أن تنير الممارس الإعلامي «الصدق في القول والإخلاص في العمل». وقد ورد، نقلا عن البيهقي، أن اسم «الصادق» من أسماء الله الحسنى و يعني الذي «تطابق أفعاله أقواله، فقد خاطب الله تعالى عباده وأخبرهم بما يرضيه ويغضبه منهم، فصدقهم في ذلك ولم يغرهم أو يلبس عليهم»[186]. ويقودنا «الصدق» أيضا إلى دراسة تجليات تلك الصفة «بوضوح» في فعل الرسول (ص) الذي يوصف «بالصادق الأمين»، وتلك قيمة أساسية في الفعل الإعلامي. إن غاية تلك الصفة (أي الصدق) ليس أمرا دنيويا أو رضا المؤسسة الإعلامية أو المتلقي ولكن غاية أبعد، أي مرضاة الله سبحانه. وقد بين النورسي في «خطبته الشامية» أن من عوالم انحطاط الأمة في الزمن المعاصر «غياب الصدق في العلاقات الاجتماعية».

5. الاستقلالية : ويدخل ذلك في معاني من اسم الله تعالى «الحكم» وفق رؤية النورسي. وحظ المرسل في ذلك عدم الميل إلى سبل متفرقة من مثل الأيديولوجية أو الطائفية أو

184- ن. م. س. ص. 29-28

185- ن. م. س.

186- د. أحمد مختار عمر. ص. 61.

العشائرية وغيرها. ولا تعني الاستقلالية غياب الرؤية وإنما عدم الانسياق إلى «شيء» دون وعي ذاتي مستقل عن تلك المؤثرات الظرفية والمؤقتة.

6. المحاسبة : وقد ورد من معني اسم الله تعالى «الحسيب»، «الذي يحاسب عباده على أعمالهم»[187]. وحظ المرسل في ذلك مراقبة النفس في القول والعمل والاحساس بالمسؤولية تجاه الاخر، **«مَّا يَلْفِظُ مِن قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ»**[188]. فمراقبة المرسل لما يكتبه أو يذيعه إذعان، بتعبير النروسي لمراقبة الله تعالى، وذلك ما يختلف عن الصفة «المقطوعة» التي ترد في الأدبيات الأكاديمية الخاصة بأخلاقايت الإعلام، أي المحاسبية **(accountability)** حيث يدور النقاش حول من يحاسب من[189].

إن المتمعن في آيات الله الحسنى المتعددة يجد من التجليات ما لا يعد ولا يحصى ومن ذلك ما يخص السلوك الانساني، إن هذا المجال يفتح الباب واسعا تجه دراسة «الأخلاقيات» في شتى المجالات.

فاسم (السلام) يتجلي في الدعوة إلى السلام ويأتي في الدعاء : «اللهم أنت السلام، ومنك السلام، واليك يعود السلام، فحينا ربنا بالسلام». واسم (العزيز) تتجلى في تحلي الفرد المؤمن بالعزة ببركة الايمان، وذلك ما تعكسه الآية الكريمة **«وَلِلَّهِ الْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِ وَلِلْمُؤْمِنِينَ وَلَكِنَّ الْمُنَافِقِينَ لَا يَعْلَمُونَ»**. واسم (الغفار) يتجلى في الاستغفار وستر عيوب إخوانه وتجاوز أخطائهم واحترام خصوصيهم. وجاء في الحديث «من لزم الاستغفار جعل الله له من كل هم فرجا، ومن كل ضيق مخرجا، ورزقه من حيث لا يحتسب» واسم (البر) يتجلى في أن تكون أعمال الانسان برا[190]، ويرد ذلك في قوله تعالى **«لَيْسَ الْبِرَّ أَن تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ...**

187- ن. م. س. ص. 49

188- سورة ق. الآية 18

189 - Andrew Belsey & Rut Chadwick, Ethical Issues in Journalism and the Media..

190 - د. عبد المنعم الحفني. ص. 82.

الى أخر الآية». واسم «الجميل» يتجلى في عدو مظاهر ومن ذلك الاحسان إلى الناس[191] «**وَأَحْسِن كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ**»[192]. ويرد هذا التجلي مع صفات أخر من مثل الصبر الجميل، أي «الصبر بلا شكاية»، والصفح الجميل، أي «الصفح بلا عتاب وكأن المخطيء لم يزل»، والهجر الجميل، أي «الهجر الذي لا مباينة فيه لحظ النفس وإنما لحق الله»[193]. واسم «الحاسب»[194] يتجلى في محاسبة النفس، وورد عن عمر بن الخطاب «حاسبوا أنفسكم قبل أن تحاسبوا، إلى آخر الحديث»[195]. واسما «الخافض الرافع» يتجليات في إدراك الانسان أن «الخافض الحقيقي والرافع هو الله : يخفض النفوس، وأهل الشقاوة، وأهل الشهوة، ويرفع القلوب، وأهل الوفاق، وأرباب المعاني، وأهل الصفوة»[196]. واسم «الخبير» يتجلى في أن يعلم الانسان عن نفسه «ويتدبر أحواله، ويطالع خفاياه، وينأى أن يقارف الذنوب، ويتقي الله، ويتجمل بالصبر، ويحاذر تلبيس نفسه»[197].

ويمكن قياس ذلك عل بقية أسماء الله الحسنى المعدودة وغير المعدودة والتي تناولها علماء العقيدة والتفسير بالشرح والتفصيل وبينوا حظ الإنسان من أسماء الله الحسنى بحيث لا ترى صغيرة أو كبيرة في الكون أو الانسان إلا و تجدها تجل لاسم من أسماء الله الحسنى على ما ذهب إليه النورسي. يستتبع ذلك أن حظ المرسل (الصحفي أو الداعية) من أسماء الله الحسنى واسع و عظيم يتجازر تلك الأخلاقيات «المنقوصة» التي ترد مقتضبة في مواثيق الشرف الإعلامية. وقد أشار الغزالي إلى أن حظ العبد من ذلك[198] «أن

191 - ن. م. س. ص 99.

192 - سورة القصص. الآية 77.

193 - د. عبد المنعم. ص. 99.

194 - ورد أيضا. الحاسب. الحسيب. سريع الحساب. و أسرع الحاسبين.

195 - د. عبد المنعم. ص. 102.

196 - ن. م. س. ص. 143

197 - ن. م. س. ص. 154.

198 - إشارة إلى اسم «الله» سبحانه و تعالى.

يكون مستغرق القلب والهمة بالله، عز وجل، لا يرى غيره ولا يلتفت إلى سواه، ولا يرجو ولا يخاف إلا إياه. وكيف لا يكون كذلك وقد فهم من هذا الاسم أنه الموجود الحقيقي الحق، وكل ما سواه فان وهالك وباطل إلا به. فيرى أولا نفسه أول هالك وباطل كما رآه رسول الله (ص) حيث قال : أصدق بيت قالته العرب قول لبيد :

ألا كل شيء ما خلا الله باطل   وكل نعيم لا محالة زائل»[199]

ثالثا : الأسئلة الأخلاقية في نظرية الواجب الأخلاقي

تخص «الأسئلة الأخلاقية» الممارس والمؤسسة الإعلامية معا إذ أن المسؤولية الأخلاقية في الممارسة الإعلامية «مشتركة»، على الرغم من أن مسؤولة المؤسسة أكبر لنفوذها وسلطتها في اتخاذ القرارات الأخلاقية. ويعني ذلك عمليا أن يطرح الممارس (والمؤسسة) هذه الأسئلة الأخلاقية على نفسه قبل الشروع في الكتابة أو التغطية الإخبارية أو التقاط الصورة أو تصوير شريط مسموع مرئي أو تصميم رسم معلوماتي أو كاريكاتير، الخ. وتتمثل هذه الأسئلة في التالي :

هل أن ما يكتبه أو يذيعه الصحفي (أو المؤسسة الإعلامية) أخلاقي ؟

هل أن ما يقدمه الصحفي (كتابة أو إذاعة) يسهم في ترقية المجتمع ثقافيا وحضاريا ؟

هل أن ما يقدمه الصحفي لا يسيء للآخر أو الآخرين ؟

هل أن ما يقدمه الصحفي لا يضع الآخر أو الآخرين في موقف سلبي ؟

هل أن ما يقدمه الصحفي دقيق ويستند إلى مصادر موثوق فيها وليس من قبيل الشائعة أو «القيل والقال» ؟

هل أن ما يقدمه الصحفي لا يشوه الحقائق بالتضليل والدعاية ؟

199- الغزلي. أبوحامد. المقصد... ص. 62.

هل يستطيع الصحفي تحمل مسؤولية ما يقدمه بشكل علني وشفاف ؟

هل يملك الصحفي الاستعداد للاعتراف بالخطأ وتحمل عواقبه ؟

هل النقد الذي يمكن أن يوجهه الصحفي بناء ويقلل من الضرر على الآخر أو الآخرين ؟

هل يمكن أن يتم ما يقدمه الصحفي بأفضل سبيل ؟

هل أن للصحفي فيما يقدمة مصلحة شخصية أو تعارض في المصالح ؟

فإذا كان الإجابات مبررة بالاعتبار الأخلاقي كان ذلك سبيلا سويا ومستقيما إلى الممارسة الإعلامية، وإلا أعاد الصحفي النظر في ما ينوى تقديمه وتجنب الممارسات غير الأخلاقية التي تبرز عن وعي أو غير وعي بناء على مستوى وعيه وخلفيته المعرفية الأخلاقية في المجال. ولاشك في أن وعي الفرد الممارس وارتباطه بالقيمة يعد المحك الأساس في تحديد الخير من الشر والأخلاقي من غير الأخلاقي إذ لو استمع الفرد الممارس إلى صوته الداخلي المتناغم مع أوهبه الله له من توجيه وإلهام نابع من طبعه الانساني لاستطاع الاهتداء إلى القرار الأخلاقي «الصائب» مثما نقرأ ذلك في الآية الكريمة : «**وَفِي أَنفُسِكُمْ أَفَلَا تُبْصِرُونَ**»[200]، ولتمكن من تغليب جانب الخير في طبيعته «**قَدْ أَفْلَحَ مَن زَكَّاهَا**»[201].

وتدعو نظرية الواجب الأخلاقي في النهاية إلى إعادة النظر في المشهد الإعلامي بالمنطقة العربية والإسلامية أخلاقيا، ذلك أزمة هذا الإعلام أخلاقية وحضارية بالدرجة الأولى. ويعنى ذلك أن تتحول وسائل الإعلام إلى «كائنات أخلاقية» سواء تعلق الأمر بالجو الداخلي للمؤسسة أو تعاملها واحترامها لأساس وجودها : الجمهور والمجتمع. ولا تنحصر المسألة الأخلاقية في مواثيق الشرف وخاصة إن لم تكن منبثة عن نظرية أخلاقية قيمية محددة، بل تخص الانتاج الإعلامي وتفاصيل الممارسة الإعلامية اليومية ممثلة في

---

200 - الذاريات، 21.

201 - الشمس، 9.

القرارات الأخلاقية التي يتخذها الصحفي والمؤسسة الإعلامية في تغطية أحداث المجتمع وقضاياه مثل النزعات والحروب إضافة إلى مسائل القذف والشتم والإساءة إلى الآخر والخصوصية الفردية والعنف والملكية الفكرية وتحديات الإعلام الاجتماعي والجديد. إن الأمر إنما هو توجه إلى العقل والضمير الأخلاقي في سياق تفكك البنيات القيمية في الإعلام والمجتمع على النحو الذي تناولنه في مسألة الزمن الإعلامي[202] والمكان الرمزي[203] وعنف اللسان والإعلام ونفكك البنية القيمة في اللغة[204] وتراجع الرأسمال القيمي[205] إضافة إلى تأثير ذلك على البنية الذهنية للعقل والتفكير[206].

****

202 - د. عبد الرحمن عزي. «الزمن الإعلامي و الزمن الاجتماعي. دراسة في تفكك بنية التحول الثقافي في المنطقة العربية.» المستقبل العربي. 2005-11

203- د. عبد الرحمن عزي. «عولمة المكان الرمزي و تفكك العلاقة القيمية و التاريخية مع الأرض في المنطقة العربية.» المستقبل العربي. 2007-9

204- د. عبد الرحمن عزي. «فقه اللغة وعنف اللسان والإعلام في المنطقة العربية.» في حافظ اسماعيل علوي وآخرين. اللسان العربي وإشكالية التلقي. مركز دراسات الوحدة العربية. بيروت. 2007. ص. 39-13.

205- . عبد الرحمن عزي. «الرأسمال الرمزي الجديد: قراءة في هوية وسوسيولوجية الفضائيات بالمنطقة العربية.» في مجموعة من الباحثين. ثورة الصورة: المشهد الإعلامي وفضاء الواقع. مركز دراسات الوحدة العربية. بيروت. 2008.

206- د. عبد الرحمن عزي. القيمة و الإعلام و البنية البيولوجية للعقل و التفكير. مجلة المعيار. العدد غ. م.. 2008

تعليق البروفسور كريستنز كليفود، أب أخلاق الإعلام في أمريكا، على محاضرة د. عبد الرحمن عزي حول «الواجبات الضرورية» عند كانط و«الالزام الإيجابي» عند دراز ومفهوم «الواجب الأخلاقي» في الممارسة الإعلامية

ترجمة أ.د. الجيلالي بوحمامة، صاحب الإسهام المتميز في علم النفس الأخلاقي

عزيزي المحترم الفيلسوف عبد الرحمن عزي :

لقد استمعت بإمعان كبير، وحرص وتقدير عظيمين لمحاضرتكم الرائعة، ووجدتها تمثل عمقا كبيرا في التفكير لم يسبق لي أن اطلعت عليه حول موضوع القضايا النظرية حول أخلاق الأخلاق **meta-ethics**. ومحاضرتكم حول هذا الموضوع تعكس فهمكم الجيد للقضايا الأساسية، ومعرفتكم لسبل تعليمها بكل دقة ووضوح. ولقد تميزت المحاضرة بعمق التفكير العلمي وشمولية النطاق الذي تعالجه.

أرى أن هذه المحاضرة تعد استراتيجية لأنها جاءت في وقت حاسم في تطوير أخلاقيات وسائل الإعلام الدولية. إن مفهوم الواجب **Duty** تم تجاهله وإهماله وسيئ استخدامه مع أن الواجب الأخلاقي في التاريخ الفكري للأفكار يعد الإطار النظري الأكثر قوة للأخلاق. فالنفعية في الغرب، بشتى طرقها لتجديد أخلاق الفضيلة اليوم، جعلت واجب الأخلاق مسألة ثانوية من حيث الأهمية، وهو ما لا ينبغي أن يكون.

ومقارنتكم لكل من كانط ودراز هي مقاربة تحليلية رائعة لمعالجة المسائل الحاسمة : العالمية، واليقين، والمرونة، والتمكين، وأوامر الوحي، والولاءات المتعددة، وتبين كيفية أن هذه القضايا هي اللبنات الأساسية لمفهوم الواجب.

لقد طورتم مثل هذه المفاهيم ببصيرة نافذة وتطبيق مذهل للقضايا في الماضي والحاضر. لقد كنت أصغي لمحاضرتكم باهتمام بالغ وأنتم تنيرون عقلي وتنعشون روحي. إن البعد الروحي مسألة معقدة وقد أعطيته علاجا رائعا. فبدلاً من فصل الفلسفة الأخلاقية كما درج عليه في السابق بجعل الإيمان والفلسفة عدوين، واستخلاص استنتاجات سطحية من مسار واحد فقط، تمكنتم من إثبات مقنع كيف أنها تتقاطع وتعتمد على بعضها البعض بغية تحليلها تحليلا مناسبا.

ومن خلال إجراء مقارنات تفصيلية بين كانط ودراز، وبين عقلانية كانط والوحي القرآني، تمكنتم أيضا من إرساء القضايا المستعصية وحل الانقسامات وبناء أسس جديدة لأخلاقيات الواجب التي يمكن أن نبني عليها في المستقبل.

إن شرحكم المسهب لما يعني هذا الفهم الجديد لواجب الأخلاق في الإعلام لم يسبق له مثيل في الاستثارة الفكرية. لقد تساءلتم على وجه التحديد بشأن كانط، ما إذا كان تفسيركم للأشكال «الميتافيزيقية» وأعماله الأخرى دقيقة. نعم، عند كل نقطة، على حد سواء في التفاصيل وفي الإطار الفكري. إن توضيحكم لمفهوم المعيارية العالمية لكانط هي عالمية بمعنى الإنسانية، يعد مثالا عن دقة أفكاركم في تقديم مساهمة علمية دائمة في مجال الأخلاقيات.

إن متابعة المحاضرة والتعليق عليها يعد شرفا عظيما لي. وإنني أتطلع بشوق لليوم الذي يمكن أن نناقش فيه معا هذه القضايا بصفة شخصية ويمكن أن أتعلم منكم المزيد.

مع وافر تقديري واحترامي

كليفورد كريستنز

المراجـع

- أبو حامد الغزالي، **إحياء علوم الدين**، دار الكتاب العربي، بيروت، 2008.
- بديع الزمان النورسي، **سيرة ذاتية : كليات رسائل النور**، إعداد وترجمة إحسان قاسم الصالحي، دار النيل للطباعة والنشر، اسطنبول، تركيا، 2008.
- عبد الرحمن عزي، «أخلاقيات إعلامية في الرؤية النورسية النورانية»، **الحكمة**، العدد 5، مارس 2011.
- عبد الرحمن عزي، **قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي : قراءة معرفية في النظام الأخلاقي**، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2014.
- عبد الرحمن عزي، «**دراسات في نظريات الاتصال : نحو فكر إعلامي متميز**»، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الثالثة، 2004.
- عبد الرحمن عزي، **نظرية الحتمية القيمية في الإعلام**، الدار التونسية للنشر، تونس، 2011
- عبد الرحمن عزي، **حفريات في الفكر الإعلامي القيمي : مالك بن نبي، الورثيلاني، النورسي، صن تسو**، الدار التونسية للنشر، 2011.
- عبد الرحمن عزي، **منهجية الحتمية القيمية في الإعلام**، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2012
- مجموعة من الباحثين بإشراف د. نصير بوعلي، **قراءات في نظرية الحتمية القيمية الإعلامية**، مؤسسة إقرأ، 2009.

- مجموعة من الباحثين بإشراف د. نصير بوعلي، **أعمال الندوة الأولى لنظرية الحتمية القيمية الإعلامية**، دار إقرأ، قسنطينة، 2009.
- محمد دراز، **دستور الأخلاق في القرآن الكريم**، نسخة إلكترونية
- نصير بوعلي، **الإعلام و القيم : قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي**، دار الفكر، قسنطينة، 2005.
- نصير بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبد الرحمن عزي، **المستقبل العربي**، أبريل، 2014.
- «كليفورد كريستنز» بعنوان «الاتجاهات الحديثة في أخلاقيات الإعلام العالمية»، (Recent Trends in Global Media Ethics) بكلية الاتصال، جامعة الشارقة، تاريخ 11 - 3 - 2014.

- A. David Gordon, John Michael Kittross, John C. Merrill and Carol Reuss, **Controversies in Media Ethics, Longman**, New York, 1999.
- Abderrahmane Azzi,"The Morality of Media Ethics : Readings in Nursi's Theory of God's Attributes", **Journalism Studies**, 6-2011.
- Azzi Abderrahmane, "The Morality of" Al Jazeera Effects : "Beyond Apparent Diversity and Agitation", **Journal of Contemporary Studies of Media and Values**, Issue 1, Number 1, 2012.
- Abderrahmane Azzi, "Kant's Categorical Imperatives Vs. Darraz's Conception of Obligation : An Epistemological Cross-Cultural Comparison", under publication.
- Andre Comte-Sponville, **A Small Treatise on the Great Virtues, translated by Catherine Temerson**, Henry Holt and Company L.I.C, New York, 1996.
- Andrew Belsey and Ruth Chadwick, "Ethics and Politics of the Media : The Quest for Quality", in Andrew Belsey and Ruth Chadwick, **Ethical Issues in Journalism and the Media**, Routledge, New York, 1998
- Christina Sommers and Fred Sommers, **Vice & Virtue in Everyday life : Introductory Readings in Ethics**, Harcourt Brace College Publishers, New York, 1993.
- Christians and Michael Traber, **Communication Ethics and Universal Values**, SAGE Publication, London, 1997.

- Clifford G. Christians, "**Recent Trends in Global Media Ethics**", conference given at the College of Communication, University of Sharjah, March 11, 2014.
- Clifford G. Christians, Mark Fackler, Kathey Brittain McKee, Peggy J. Kreshel and Robert H. Woods, **Media Ethics : Cases of Moral Reasoning**, Pearson, New York, 2009.
- Clifford G. Christians, "Journalism Ethics in Theory and Practice", in George Cheney, Steve May and Debashish Munshi, The **Handbook of Communication Ethics**, Routledge, New York, 2011.
- Clifford G. Christians and John Merrill, **Ethical Communication : Moral Stances in Human Dialogue**, University of Missouri Press, London, 2009.
- Clifford G. Christians, John P. Ferre and P. Mark Fackler, **Good News : Social Ethics & the Press**, Oxford University Press, New York, 1993.
- Christine M. Korgaard, "The Sources of Normativity", in James P. Sterba, **Ethics : The Big Questions**, Wiley-Blackwell, United Kingdom, 2009.
- Dale Jacquette, **Journalistic Ethics : Moral Responsibility in the Media**, Pearson, New Jersey, 2007.
- Damien Keown, "Buddhism : Morality without Ethics", in Damien Keown, **Buddhist Studies from India to America**, Routledge, New York 2006.

- David Berry, **Ethics and Media Culture : Practices and Representations**, Focal Press, Oxford, 2000.
- David Gordon, "Ethics and Freedom : Media Accountability", in A. David Gordon & John Michael Kittross, **Controversies in Media Ethics**, Longman, New York, 1999.
- Emmanuel Kant, **The Foundations of the Metaphysics of the Moral**, 1785.
- Emmanuel Kant, **The Critique of Pure Reason**, 1788.
- Ingrid Mattson, **The Story of Quran**, Wiley-Blackwell, UK, 2013.
- John P. Ferre, "A shorty History of Media Ethics in the United States," in Lee Wilkins and Clifford G. Christians, **The Handbooks of Mass Media Ethics**, Routledge, New York, 2009.
- Larry Z. Leslie, **Mass Communication Ethics : Decision Making in Postmodern Culture**, Houghton Mifflin Company, New York, 2000.
- Louis Alvin Day, **Ethics in Mass Commmunications : Cases and Controversies**, Thompson & Wadsworh, USA, 2006.
- Martha Nussbaum, "Non-Relative Virtues : An Aristotelian Approach", in James P. Sterba, **Ethics : The Big Questions**, Wiley-Blackwell, United Kingdom, 2009.
- Michael J. Bugeja, **Living Ethics : Developing Values in Mass Communication**, Allyn & Bacon, Needham Heights, Mass. 1996
- Michael J. Quinn, **Ethics for the Information Age**, Pearson, New York, 2009.

- Nigel G. E. Harris, Codes of Conduct for Journalists, in Andrew Belsey & Rut Chadwick, **Ethical Issues in Journalism and the Media,** Routledge, New York, 1998.
- Philip Patterson and Lee Wilkins, **Media Ethics : Issues and Cases,** McGraw-Hill, New York, 2002.

الملحــق

جمعية الصحفيين المحترفين بأمريكا

الميثاق الأخلاقي[207]

تقديم

يؤمن أعضاء جمعية الصحفيين المحترفين أن تنوير الرأي العام سابق للعدالة والأساس للديمقراطية. وتسعى الصحافة الأخلاقية جاهدة لضمان التبادل الحر للمعلومات الدقيقة والمنصفة والشاملة. إن الصحفي الأخلاقي يتصرف بنزاهة.

وتعلن الجمعية هذه المبادئ الأربعة بوصفها الأساس للصحافة الأخلاقية وتشجع استخدامها في الممارسة العملية من قبل جميع العاملين في جميع وسائل الإعلام.

ابحث عن الحقيقة وقم بتغطيتها

ينبغي أن تكون الصحافة الأخلاقية دقيقة ومنصفة. وينبغي أن يكون الصحفيين نزهاء ويتحلون بالشجاعة في جمع المعلومات وصياغتها وتفسيرها.

ينبغي على الصحفيين :

- تحمل المسؤولية عن دقة عملهم. التحقق من المعلومات قبل عرضها. استخدام المصادر الأصلية كلما أمكن ذلك.

---

207 - تم نشر هذا الميثاق بإذن من جمعية الصحفيين المحترفين بأمريكا والتي تبنت ترجمتنا لميثاقهم

(*) إن الميثاق الأخلاقي لجمعية الصحفيين المحترفين هو بيان للالتزام بالمبادئ التي تدعمها التفسيرات الإضافية والأوراق المعلنة في موقع الجمعية (spj.org) والتي تعالج الممارسات الصحفية المتغيرة. إنها ليست مجموعة من القواعد. ولكنها بمثابة دليل يشجع جميع المنخرطين في العمل الصحفي على تحمل المسؤولية عن المعلومات التي يقدمونها. بغض النظر عن الوسيلة. وينبغي أن يقرأ الميثاق ككل؛ ولا ينبغي أن تؤخذ المبادئ الجزئية خارج السياق. وليس. ولا يمكن أن يكون بموجب المادة الأولى المعدلة من الدستور. واجب النفاذ قانونا.

- تذكر أنه لا السرعة ولا الشكل يعد عذرا عن عدم دقة.

- توفير السياق. أخذ العناية الخاصة بعدم التحريف أو التبسيط المفرط عند بناء القصة الخبرية ومعاينتها وتلخيصها.

- جمع المعلومات وتحديثها وتصيحيحها طوال حياة القصة الخبرية.

- الحذر عند تقديم الوعود، والحفاظ على الوعود التي يقدمونها.

- تحديد المصادر بوضوح. يحق للجمهور الحصول على أكبر قدر من المعلومات الممكنة للحكم على مصداقية المصادر ودوافعها.

- النظر في دوافع المصادر قبل تقديم الوعد بعدم الكشف عن هويتها. إعطاء ميزة عدم الكشف عن هوية للمصادر التي قد تواجه الخطر أو القصاص أو غيرها من الأضرار، ولها المعلومات التي لا يمكن الحصول عليها في أي مكان آخر. شرح أسباب عدم الكشف عن الهوية.

- البحث بجد عن موضوعات التغطية الإخبارية للسماح لهم بالرد على الانتقادات أو الاتهامات بارتكاب مخالفات.

- تجنب السرية أو الأساليب الخفية الأخرى في جمع المعلومات إلا إذا كانت الطرق التقليدية المفتوحة لا تعطي المعلومات الحيوية للجمهور.

- اليقظة والشجاعة في عند مساءلة ذوي السلطة. إعطاء الصوت لمن لا صوت لهم.

- دعم النقاش المدني المفتوح للآراء حتى الآراء التي يجدونها بغيضه.

- الاعتراف بالواجب القيام بدور الرقيب على الشؤون العامة والحكومة. السعي لضمان سير النشاط الاقتصادي العمومي في جو مفتوح، وأن تكون السجلات العامة مفتوحة للجميع.

- توفير إمكانية الوصول إلى مصدر المواد كلما كان ذلك ملائما ومناسبا.

– التعبير بجرأة عن تنوع القصة الخبرية وحجم تجربتها الإنسانية. البحث عن المصادر التي نادرا ما نسمع أصواتها.

– تجنب التنميط. ينبغي على الصحفيين مراجعة السبل التي تؤثر فيها قيمهم على تغطيتهم الإخبارية.

– تسمية المواد المؤيدة والتعليقات بمسمياتها.

– عدم تشويه الحقائق أو السياق أبدا، بما في ذلك المواد المرئية. تسمية الرسومات التوضيحية وعملية تمثيل الأدوار بشكل واضح.

– عدم السرقة الأدبية أبدا، وإسناد المواد لمصادرها دائما

قلل من الضرر

تعامل الصحافة الأخلاقية المصادر والمواضيع والزملاء وأفراد الجمهور بوصفهم أناس يستحقون الاحترام.

ينبغي على الصحفيين :

– إحداث التوازن بين حاجة الجمهور إلى المعلومات والضرر المحتمل أو الإزعاج. البحث عن الأخبار ليست رخصة للغطرسة أو التدخل الفضولي الذي لا مبرر له.

– إظهار التعاطف مع أولئك الذين قد تمسهم التغطية الإخبارية. استخدام الحساسية العالية عند التعامل مع جنوح الأحداث وضحايا الجرائم الجنسية والمصادر أو الاشخاص الذين يفتقرون إلى الخبرة أو غير القادرين على التعبير عن الرضا. الأخذ بعين الاعتبار الاختلافات الثقافية في التغطية والمعالجة الإعلامية.

– معرفة الفرق بين الحق القانوني في الوصول إلى المعلومات والتبرير الأخلاقي للنشر أو البث.

– إدراك أن الأفراد الخواص يملكون حقا أكبر في التحكم في المعلومات الخاصة بهم من

الشخصيات العامة وغيرهم ممن يحثون على القوة أوالنفوذ أو الانتباه. تقييم عواقب نشر أو بث المعلومات الشخصية.

- تجنب إرضاء الفضول المتوهج، حتى لو كان الآخرون يفعلون ذلك.

- إحداث التوازن بين حق المتهم في محاكمة عادلة وحق الجمهور في المعرفة. النظر في الآثار المترتبة على تحديد المشتبه فيهم جنائيا قبل أن توجه لهم اتهامات قانونية.

- النظر في الآثار البعيدة المدي من جزاء النشر المتسم بالاتساع والديمومة. تحديث المعلومات واستكمالها حسب مقتضى الحال.

تصرف باستقلالية

يتمثل الالتزام الأعلى والأساس للصحافة الأخلاقية في خدمة الجمهور.

ينبغي على الصحفيين :

- تجنب تضارب المصالح سواء كانت حقيقية أو متصورة. الكشف عن الصراعات التي لا يمكن تجنبها.

- رفض الهدايا والإغراءات والامتيازات النقدية وتكاليف السفر والمعاملة الخاصة، وتجنب الأنشطة السياسة أو الخارجية الأخرى التي قد تشكك في النزاهة والحياد، أو قد تضر بالمصداقية.

- الحذر من المصادر التي تقدم المعلومات في مقابل الحصول على الأفضلية أو المال. لا تقدم مقابلا في للحصول على الأخبار. تحديد المحتوى التي تقدمه المصادر الخارجية، بمقابل أو لا.

- رفض تفضيل معاملة المعلنين والجهات المانحة أو أي مصالح خاصة أخرى، ومقاومة الضغط الداخلي والخارجي للتأثير على التغطية الإعلامية.

– التمييز بين الأخبار و الدعاية وتجنب الهجينة التي تطمس الخطوط الفاصلة بين الإثنين. تسمية المحتوى الخاضع للرعاية بشكل واضح.

كن قابلا للمسائلة وشفافا

تعني الصحافة الأخلاقية تحمل مسؤولية العمل الشخصي وشرح القرارات الذاتية للجمهور.

ينبغي على الصحفيين :

– شرح الخيارات الأخلاقية وإجراءاتها للجماهير. تشجيع الحوار المدني مع الجمهور حول الممارسات الصحفية والتغطية والمحتوى الإخباري.

– الاستجابة السريعة للأسئلة حول الدقة والوضوح والإنصاف.

– الاعتراف بالأخطاء وتصحيحها على وجه السرعة وبشكل بارز. شرح التصحيحات والتوضيحات بعناية وبشكل واضح.

– فضح السلوك غير الأخلاقي في الصحافة، بما في ذلك داخل منظماتهم.

– التقيد بنفس المعايير العالية التي يتوقعونها من الآخرين.

إن الميثاق الأخلاقي الخاص «بسيغما دلتا تشي» قد تم اقتراضه من الجمعية الأمريكية لمحرري الصحف في عام 1926. وفي عام 1973، كتبت «سيغما دلتا تشي» ميثاقها الأخلاقي وتم تعديله في أعوام 1984، 1987، 1996 و2014.

ملخص السيرة الذاتية
أ.د. عبد الرحمن عزي

د. عبد الرحمن عزي خريج الإعلام من جامعة الجزائر وجامعة نورث تكساس بأمريكا. مارس التدريس الإعلامي في جامعة الجزائر والجامعة الإسلامية العالمية الماليزية وجامعة الملك سعود بالرياض وجامعة الإمارات العربية المتحدة بالعين وحاليا جامعة الشارقة. يعرف د. عبد الرحمن عزي أنه صاحب نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ومن مؤلفاته : **دراسات في نظريات الاتصال : نحو فكر إعلامي متميز، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي: قراءة في النظام الأخلاقي...** وباللغة الإنجليزية Ethical Competence in the Information Age، الخ. وقد تولد عن نظرية الحتمية القيمية العديد من المؤلفات من عدة باحثين باللغتين العربية والإنجليزية إضافة إلى رسائل جامعية على مستوى الماجستير والدكتوراة. وقد حظيت النظرية بإشادة غربية عبر الأستاذ كريستنز كليفورد، أب أخلاقيات الإعلام بأمريكا، والأستاذ ماكس ما كومب، صاحب نظرية تحديد الأوليات «الأجندة» في الإعلام والأستاذ إم غرفن، محاور منظري الاتصال بأمريكا. وقد ظهر الدكتور عبد الرحمن عزي في برامج تلفزونية متحدثا عن النظرية في القناة التلفزيونية الجزائرية وقناة المجد التلفزونية والقناة السابعة ببريجوتر (Bridgewater TB 9) بأمريكا. حصل الأستاذ على عدة جوائز علمية : جائزة يوم العلم لأفضل بحث علمي، جامعة الجزائر، جائزة النوى، جامعة الإمارات، وسام عبد الحميد بن باديس، جامعة مستغانم ودرع جامعة الأغواط...

الفهرس

المغاربية لطباعة واشهار الكتاب

22، نهج المقاولين - المنطقة الصناعية الشرقية - أريانة - تونس
الهاتف : 683 837 70 216+ - الفاكس : 975 838 70 216+

نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية

تعد "نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية" نظرية جزئية ضمن "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام" وانبثقت من دراسة التراث القيمي والفلسفات الأخلاقية الغربية وواقع الممارسة الإعلامية محليا وإقليميا وعالميا. وهي بذلك تتخذ طابعا إنسانيا يمتد في الزمان والمكان. وتدخل "نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية" في إطار مبدأ "ما ينبغي أن يكون" انطلاقا من القيمة وكذلك إسهامات الفلسفات الأخلاقية العقلانية القائمة على المبادئ (deontology)، وهي نظرية معيارية تمثل نقلة نوعية من المسؤولية الاجتماعية إلى المسؤولية الأخلاقية في الممارسة الإعلامية في الحالة المعاصرة.

ويعني "الواجب" في صورته الأولية "الوعي الفردي القائم على القناعة الذاتية" انطلاقا من منظومة قيمية ملازمة في التفاعل مع الواقع. وليس الواجب أمرا مفروضا وإلا انتفت صبغته الأخلاقية، إذ أنه يشير، بدلا من ذلك، إلى إحساس الفرد الداخلي بالدافع الأخلاقي الذي يجعه يتخذ القرارات الأخلاقية اليومية في الكتابة والتغطية الإعلامية مشدودا في ذلك إلى نظام من التفكير القيمي الثابت والمتجدد. أما الأخلاق، فعلم وإيمان يمكن القائم بالاتصال من معرفة الحق من الباطل، أو الخير من والشر، أو الأخلاقي من غير الأخلاقي...

وتمس "نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية" كلا من الجانب الأكاديمي إذ تعد فرعا من التنظير الأخلاقي الفلسفي والديني والجانب المهني المتمثل في المرجعية الأخلاقية التي يمكن أن تنير وتوجه الممارس والمؤسسة الإعلامية في عملية اتخاذات القرارات الخاصة بالتغطية الإعلامية في المضمون والأداء...

ونحسب أن هذه النظرية تسهم في تطوير وترقية الوعي الأخلاقي في الممارسة الإعلامية بما يخدمة الفرد والمجتمع ثقافيا وحضاريا وإنسانيا....

نبذة عن المؤلف

حمل الأستاذ عبد الرحمن عزي شهادة الليسانس (B.A) في الصحافة من جامعة الجزائر(1977) وشهادة الماجستير (M.A) في الصحافة (1980) وشهادة الدكتوراه (Ph.D) في سوسيولوجية الإعلام (1985) من جامعة North) Texas State University). وتتجاوز خبرته في التدريس والبحث والإشراف 20 سنة إذ عمل كمدرس لمدة 3 سنوات في North Texas) State University) حيث حظي بتقدير التدريس بامتياز ثم كأستاذ مساعد فأستاذ مشارك فأستاذ لمدة 11 سنة بمعهد علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر ثم كأستاذ لمدة 3 سنوات بقسم الاتصال بالجامعة العالمية الإسلامية ماليزيا ثم أستاذ لمدة 4 سنوات بقسم الإعلام جامعة الملك سعود بالرياض ثم أستاذ لمدة 4 سنوات بقسم الاتصال الجماهيري بجامعة الإمارات بالعين، ثم أستاذ لمدة 3 سنوات بكلية الاتصال بجامعة الشارقة .

ISBN : 978 - 9938 - 864 - 52 -6

9 789938 864526

www.mediterraneanpub.com